

Universidade de Lisboa
Faculdade de Letras
Departamento de Filosofia



Ética da Empresa: uma Responsabilidade Social

Carmen Maria Nunes Carraça

Mestrado em Ética da Empresa

2014

Universidade de Lisboa
Faculdade de Letras
Departamento de Filosofia



Ética da Empresa: uma Responsabilidade Social

Carmen Maria Nunes Carraça

Mestrado em Ética da Empresa

Dissertação orientada pela
Professora Doutora Cristina Beckert

2014

Agradecimentos

Agradeço à minha orientadora Cristina Beckert pelo acompanhamento, críticas e sugestões feitas ao longo deste trabalho.

Resumo

O objecto desta investigação incide na necessidade de uma ética empresarial que considere o indivíduo como sujeito privilegiado numa cadeia de relações, cujo domínio é predominantemente assumido pela empresa. Se num certo sentido a ética da empresa esteve circunscrita ao *core business* da empresa, com a sociedade de consumo a estrutura comportamental da empresa altera-se. O saber científico torna-se o húmus de uma produção cada vez mais técnica e especializada que tem nos consumidores os destinatários de um progresso tecnocientífico que rapidamente se transforma em progresso social. Em resultado desta modificação, os indivíduos abandonam anteriores formas de socialização, substituindo-as por impermanentes actos de consumo. A empresa da sociedade pós-industrial torna-se um agente determinante no sistema social, competindo-lhe assegurar um novo discurso que reflita acerca do futuro da humanidade.

A primeira parte desta investigação baseia-se na obra crítica de A. Cortina “Por una Ética del Consumo”, que levanta questões fundamentais sobre o consumo e a sua repercussão nos estilos de vida actuais. Numa segunda fase, este estudo pretendeu objectivar a necessidade de uma ética empresarial que privilegie uma melhor forma de vida dos indivíduos, envolvendo-os na protecção do futuro da humanidade. Nesta última etapa ocorre um certo distanciamento em relação à autora. Na sua obra “Ética de la Empresa”, que constituiu um estímulo forte para a concretização deste trabalho, a ética da responsabilidade apresenta-se como um tópico de pouco debate, situando-se o enfoque principal da obra na procura de diferentes critérios demonstrativos da necessidade da ética como um instrumento de administração de empresas. Numa abordagem diversa, outros autores como Paul Ricoeur, ou François Guiraud, assumiram uma posição determinante nesta investigação que perspectiva a ética empresarial como uma responsabilidade social.

Palavras-chave: Empresa – Ética - Consumo – Responsabilidade

Abstract

This research focus on the need of the business ethics to consider the individual as the main element of a social network, which lays predominantly in the enterprise domain. In a way, the enterprise ethics has been restricted to the enterprise core business, however, the enterprise behavioral structure has changed with the consumer society. The scientific knowledge has become the driving force behind the enterprise's production, which becomes ever more technical and specialized. The consumers are the recipients of this techno-scientific progress, which rapidly transforms into social progress. As a result of this transformation, the individuals abandon their previous social habits, replacing them with impermanent consuming acts. The post-industrial enterprise becomes a fundamental agent in the social system. As such, the enterprise should reflect and adopt a new strategy which takes under consideration the future of mankind.

The first part of this research is based upon the essay by A. Cortina "Por una Ética del Consumo". This essay raises fundamental questions about the consumer society and the repercussions in contemporary lifestyles. The second part of this study, aims at centering the need for an enterprise ethics that will privilege the improvement of the individual's way of life, placing it at the center of the enterprise ethics, while engaging the individual in the protection of the mankind's future. In this last part, the research diverges from the A. Cortina's essay. In this essay, which was an important motivation factor for the development of this work, the debate around responsibility ethics is a small. The main focus of this essay is to demonstrate the need to place the ethics in the day to day management of the enterprise. Taking another perspective, this research focus on highlighting the enterprise ethics as a social responsibility. The work of other authors like Paul Ricoeur and François Guiraud provided a significant contribution to the second part of this research.

Keywords: enterprise-ethics-consumption-responsibility

Índice

Agradecimentos	4
Resumo	5
Abstract	6
Índice	7
 Introdução	 8
 1. A sociedade de Consumo	 14
1.1. Interacção entre Produção e Consumo	14
1.2. Bem-estar igualitário Orientado para actos de consumo	25
1.3. Será o consumidor responsável pelos seus actos de consumo?	35
1.3.1. Desigualdade económica: a chave da sociedade de consumo	38
1.3.2. O exercício de cidadania no acto de consumo	41
1.3.3. Ética no Consumo	43
 2. Ética e Democracia	 46
2.1. Modelos teóricos: Aristóteles em Adela Cortina	46
2.2. Modelos teóricos: Habermas em Adela Cortina	51
2.3. A formação do carácter democrático da actualidade: política, economia e sociedade.....	58
2.3.1. A autodeterminação dos indivíduos nas sociedades democráticas	63
2.3.2. Capitalismo: uma tendência transformadora	65
 3. Ética da Responsabilidade	 68

3.1. Responsabilidade: o presente que antecipa o futuro	74
3.2. Ética da empresa	78
3.3. Características da ética empresarial	81
3.3.1. Relações Internas	83
3.3.2. Relações Externas	87
3.4. A ética como forma de resolução de conflitos	88
 4. A necessidade emergente de uma nova cultura empresarial	 94
4.1. A transformação cultural da empresa	94
4.2. A constituição de um novo espaço de identidade	101
4.3. Deverá a liderança empresarial ser uma liderança moral?	108
Conclusão	117
Bibliografia Principal.....	118
Bibliografia Secundária.....	119

Introdução

O sentido filosófico da ética na sociedade pós-moderna

“Poderíamos dizer não sem uma convicção bastante fundada que o oposto da visão pós-modernista da pós-modernidade é justamente a tese seguinte: o fim dos absolutos e dos universais assistidos pelo poder conferiu maior profundidade às responsabilidades do actor e tornou-as, de facto, mais pesadas de consequências do que nunca”.¹

O século XX representou a passagem da sociedade de produção para a sociedade de consumo. Esta transformação teve repercussões ao nível da interacção social, com as sociedades a assumirem uma individualização que exclui o sentimento de comunidade, de nação, de movimento político, forçando o individuo a redefinir o significado e o propósito da vida.

As questões de identidade assumem um papel fundamental no mundo de hoje. O individuo tem de criar a sua própria identidade, não a herda, e por isso esta é uma criação que tem de ser feita a partir do zero e continuada no tempo através de sucessivos processos de reconstrução. Os estilos de vida actuais manifestam-se através da sua impermanência e são fonte onde o individuo procura o que é bom e o que é mau. Contudo, a sua sistemática alteração desconstrói o indivíduo, remetendo-o para sucessivas recriações de si próprio.

Se a pós-modernidade dá início a uma forma de vida que vai durar séculos, ou se se trata apenas de um período de transição de um tipo de ordem social para outro tipo de ordem social, é algo difícil de imaginar. Mas se em processos de transição é difícil prever o que possa vir a acontecer, pelo menos duas certezas irreversíveis podemos desde já assumir. A primeira diz respeito ao crescimento da população mundial e às ligações que se estabelecem por força da necessidade de uma melhoria das condições de vida. Em segundo lugar devem ser tidas em conta as interdependências geradas no plano das tecnologias da informação que assumem um

¹ Zygmunt Bauman. A Vida Fragmentada. P.18.

contexto mundial. Estamos agora numa posição em que todos dependem uns dos outros e esta será provavelmente a primeira vez na história da humanidade em que o mundo é realmente um país, em certo sentido, ou, para usar a designação comum, o mundo entendido como uma aldeia global.²

Que princípio fundamental desencadeia o processo de transformação da sociedade moderna na sociedade pós-moderna tendo em conta o espaço temporal de apenas um século?

Qualquer reflexão sobre a sociedade pós-moderna tem necessariamente de fazer uma abordagem crítica acerca do saber que a caracteriza.

“Mas este aspecto não deve fazer esquecer um outro, que lhe é complementar. Sob a sua forma de mercadoria informacional indispensável ao poder produtivo, o saber é e será uma entrada maior, talvez a mais importante na competição mundial pelo poder”.³

O saber sofre uma alteração de estatuto, diz-nos Lyotard, quando as sociedades entram na era pós-industrial e a cultura entra na era pós-moderna. Temporalmente pode situar-se o início desta alteração por volta dos anos 50 na Europa, coincidindo com o fim da própria reconstrução europeia, e a característica mais marcante que emerge deste período diz respeito precisamente ao saber científico e à produção de um novo discurso que se forma a partir deste.

A rápida proliferação de máquinas, cujos conteúdos são informacionais, altera definitivamente a forma como a informação passa a circular, promove o desenvolvimento dos meios de circulação dos homens por duas vias: uma que diz respeito à mobilidade física através dos meios de transporte; outra que diz respeito à circulação de som e imagem através dos media.

² Manuel Castells, referindo-se aos fluxos de informação e à cidade global, diz-nos que: “a economia informacional global é organizada em torno de centros de controlo capazes de coordenar, inovar e gerir as actividades interligadas em redes de empresas. Serviços avançados, inclusive finanças, seguros, bens imobiliários, consultadorias, serviços de assessoria jurídica, propaganda, projectos, *marketing*, relações públicas, segurança, recolha de informação e gestão de sistemas de informação, bem como I&D e inovação científica estão no cerne de todos os processos económicos, seja na indústria, agricultura, energia, seja em serviços de outros tipos. Todos eles podem ser reduzidos à função de gerar conhecimento e fluxos de informação. Manuel Castells. A Sociedade em Rede. P. 496.

Esta transformação produzirá inevitáveis consequências na natureza do próprio saber. Uma nova lógica de produção de saber impõe-se em resultado da hegemonia conquistada pelos processos informáticos, alterando o processo de formação de conhecimento. O saber associado ao espírito do *saber* torna-se desactualizado, na medida em que, tanto fornecedores como produtores de conhecimento assumem a forma de produtores e consumidores de mercadorias. O saber passa a ser produzido para ser vendido e a sua valorização ocorre no âmbito de uma nova produção. Desta forma, o saber constitui-se como a principal força de produção, provocando acentuadas modificações nos países desenvolvidos, ao mesmo tempo que se constitui como forte barreira ao progresso dos países chamados em vias de desenvolvimento. Na era do pós-industrial e do pós-moderno, a ciência reforça as capacidades produtivas dos estados-nação e, simultaneamente, é uma das razões que contribui para a acentuação das diferenças entre os países desenvolvidos e os países em vias de desenvolvimento.

Um olhar atento e consciente revela-nos uma humanidade dividida em duas partes: uma que enfrenta o desafio da sua sobrevivência, outra que enfrenta a complexidade resultante do seu progresso técnico-científico, político, económico, *focus* da diferença que anulou a emancipação global da humanidade⁴.

As economias mundiais viram-se subitamente classificadas em desenvolvidas e subdesenvolvidas. A par desta classificação foi difundida uma certa ideia de felicidade inscrita no âmbito do processo de desenvolvimento que crescentemente se impôs, fustigando até ao seu desaparecimento as pequenas economias. É desta forma que o avanço do desenvolvimento provoca os seus danos a que muitos chamam colaterais, e que resultam em

³ Mais cet aspect ne doit pas faire oublier l'autre, qui en est complémentaire. Sous sa forme de marchandise informationnelle indispensable à la puissance productive, le savoir est déjà et sera un enjeu majeur, peut-être le plus important dans la compétition mondiale pour le pouvoir. Jean-François Lyotard. *La Condition Postmoderne*. P.15.

⁴ Habermas, comentando Marcuse diz-nos que este liga a sua análise da sociedade, a saber, a fusão de técnica e dominação, de racionalidade e opressão a uma interpretação que ao *a priori* material da ciência e da técnica subjaz um projecto de mundo orientado por interesses de classes e pela situação histórica. Dentro deste projecto, a emancipação só terá lugar perante uma revolução prévia da própria ciência e da própria técnica no âmbito das legitimizações vigentes. J. Habermas. *Técnica e Ciência como "Ideologia"*. Pp. 45-50.

legiões de gente expatriada que perde competências e características socioculturais, ingressando no mercado de trabalho como mercadorias.

Assumindo igualmente a forma de mercadoria, o saber tornou-se importante ao nível da disputa mundial pelo poder, desencadeando o aparecimento de renovadas estratégias industriais e concorrenciais, abrindo também o caminho para novas estratégias militares e políticas. Todavia, o conhecimento perde progressivamente o privilégio de pertencer apenas aos países mais desenvolvidos. A China, para referir apenas de um caso, é exemplo desta alteração.

Mas o saber científico não é o saber total e encontra-se em competição com outro saber: o saber que se posiciona como crítica de reflexão, que se interroga directa ou indirectamente sobre os valores e sobre as metas, e que, por essa via, obstaculiza a acção do saber científico. É neste contexto que a legitimidade da ciência, indissociavelmente ligada à legitimidade do legislador, assume o direito de decidir o que é verdadeiro e justo, resultando por vezes numa profunda tensão entre o género da linguagem científica e um outro tipo de linguagem: o da ética.

Na perspectiva pós-moderna, o espaço social incorpora uma reafecção económica⁵ que nesta fase do capitalismo conta com a ajuda das técnicas e das tecnologias, desencadeando em simultâneo uma transformação nas funções do estado. A classe dirigente, sendo a classe dos decisores, deixou de ser constituída pela tradicional classe política e é agora uma elite composta por altos quadros de algumas empresas, altos funcionários do estado, dirigentes de ordens profissionais, sindicatos e políticos. Nesta nova formação, aqueles que eram considerados os elementos institucionais centrais na formação do estado nação, perdem o seu lugar, e o estado social orienta-se no sentido de uma passagem do colectivo social para

⁵ Para estes agentes, o desenvolvimento é mensurável pelos produtos consumidos, ou seja, pela procura efectiva de bens ou serviços, pelo que o desenvolvimento apresenta uma correspondência directa com o volume de produção e de consumo. Agentes económicos e políticos designam por esta via o progresso como uma satisfação de necessidades. Tacitamente, a teoria do desenvolvimento sustenta-se numa relação entre produção e consumo e incorpora um conceito de felicidade, atribuindo-lhe uma relação fundamental entre produção e consumo. É por

“um estado de massa de átomos individuais”,⁶ no qual o sujeito não está isolado, na medida em que se encontra envolvido por um conjunto de relações complexas, nas quais se promovem circuitos de comunicação com vista a melhorar as suas próprias *performances*, por um lado, e que por outro, propicia o aparecimento de tensões como forma de ultrapassar a desordem em que vive o próprio sistema social.

A sociedade pós-moderna possui uma forte componente comunicacional, o que constitui uma característica distintiva face ao passado, onde a linguagem assume uma importância central segundo dois aspectos: por um lado, submete-se à tradicional manipulação ou transmissão unilateral da mensagem, por outro, representa a expressão e o diálogo onde os indivíduos podem alcançar o entendimento que constitui a base relacional profunda da interacção social. Neste sentido, a linguagem, meio através do qual se produzem os discursos que suportam a acção comunicativa, possui uma importância definitiva nas formações de acção social, designadamente no processo de formação e manutenção de identidade social.

A ética da sociedade pós-moderna enfrenta duas questões fundamentais: a individualização do sujeito da acção e a permanente reconstrução da identidade desse mesmo sujeito. Segundo Habermas, os seres humanos são seres susceptíveis, necessitando de protecção. No âmbito dos processos comunicativos, a formação da identidade individual e colectiva pertence a uma ordem de formação simultânea. Quanto mais a individuação avança, mais envolvido se encontra o sujeito individualizado numa rede cada vez mais densa, e ao mesmo tempo mais subtil de ausências recíprocas e de necessidades expostas de protecção.

Mas se a individualização do indivíduo ocorre por acção da sua socialização, esta tem sempre de cumprir duas tarefas. Por um lado, tem de sublinhar a subjectividade dos indivíduos, na medida em que é reclamado igual respeito pela dignidade de cada um, e, por

esta via que o desenvolvimento se apresenta como necessário e eticamente justificado, justamente porque se faz crer que a felicidade humana se encontra na sua dependência.

⁶(...)à l'état d'une masse composée d'atomes individuels(...).Lyotard. La ConditionPostmoderne.P.31.

outro, proteger em igual proporção as relações intersubjectivas do reconhecimento recíproco através das quais se preservam os indivíduos enquanto membros de uma comunidade, e a estes dois aspectos correspondem os princípios da justiça e da solidariedade.

A justiça em sentido moderno diz respeito à liberdade subjectiva de indivíduos inalienáveis, isto é, uma justiça entendida como conciliação entre liberdade e igualdade. A solidariedade diz respeito ao bem-estar das partes irmanadas numa forma de vida partilhada intersubjectivamente, que compreende precisamente a conciliação entre liberdade e igualdade.

Na sociedade pós-moderna, desenvolve-se uma perspectiva ética orientada para a correcta aplicação das normas da justiça, para os direitos humanos e formas de vida política. A ética não deve, todavia, ser confundida com o conjunto de normas e valorizações contidas no mundo social dado situar-se no plano da reflexão do discurso filosófico.

1. A Sociedade de Consumo

1.1. Interação entre Produção e Consumo

A empresa tal como a conhecemos hoje resulta da convergência de diferentes factores que traduzem o epílogo da modernidade. Neste processo desenvolve-se uma estrita relação entre a empresa e a ética económica resultante da modernidade. Importa por isso definir que factores sociais estariam presentes na formação da ética económica respeitante à modernidade.

O elemento social determinante na formação da modernidade é o burguês, figura social cuja proveniência ocorre no âmbito da desconstrução dos papéis sociais até então dominantes. Com a alteração do papel social servil a que o burguês se encontrava sujeito, são criadas as condições sociais de uma nova dinâmica, estruturalmente orientada para a racionalidade das acções que estarão na base de novas formas de interação social.

Ao libertar-se do servilismo, o burguês assume a liderança de processos sociais, com especial predominância para o aspecto económico que determina o seu espírito: o espírito burguês. Consequência da sua forma de vida disciplinada e de uma racionalidade que se instalava no pensamento da época, o burguês surge na liderança de um novo paradigma social, no qual os aspectos económicos assumem a centralidade de um discurso que contribui para a formação de uma nova mentalidade, privilegiando o interesse próprio como algo perfeitamente legítimo para a formação de projectos de vida, que tanto do ponto de vista individual, como do ponto de vista colectivo, colocam em evidência a liberdade.

“A burguesia não pode existir sem revolucionar permanentemente os instrumentos de produção, portanto as relações de produção, portanto as relações sociais todas”,⁷ princípio defendido por Marx e Engels. As relações de produção, não podendo ser circunscritas em matéria de espaço ou de tempo, surgem como uma nova realidade social universal que o espírito burguês consegue alcançar. Neste contexto desenvolve-se uma transformação social

universal, envolvida numa racionalidade potenciadora de um novo conceito de utilidade, que, orientado para uma relação de produção de bens, sublima a existência de um novo conceito social: o económico, portador de um fim ético, que fundamenta a sua acção na interpretação do interesse geral.

O interesse geral consolidou a sua afirmação num ambiente de profundas polémicas geradas em torno de um entendimento utilitarista que sustentava as teorias económicas dominantes, servindo igualmente de suporte de uma actividade ideológica fortemente argumentativa em matérias como justiça e trabalho, ambos elementos de forte interacção social, e que suscitam a transformação de um entendimento social estritamente orientado para teorias económicas. No decorrer desta transformação, desenvolve-se a possibilidade de uma nova compreensão estruturada em torno de uma justiça económica que se submete a dois conceitos diferentes. Por um lado compreende uma ideia de equidade segundo um conjunto de regras não submetidas ao plano económico, e que surgem em consequência de um contrato constitucional. Por outro lado, haveria algo que as teorias económicas nunca abdicariam: a regulação de mercado. A este propósito, diz-nos Adela Cortina que (...) a proclamada eficácia da moderna economia de mercado teve de compaginar-se com o seu próprio sentido ético-social, de tal maneira que as suas exigências técnicas (sistemáticas) pudessem estar, em definitivo, ao serviço do denominado “mundo da vida”⁸.

A complexidade das exigências a que a empresa passa a estar sujeita, a par do progresso científico e tecnológico, introduzem a empresa numa outra perspectiva social. Perde-se o plano de desenvolvimento individual a que estava sujeita pelo espírito burguês, passando a pertencer a uma estrutura onde se encontram em relação os seguintes agentes: trabalhadores, fornecedores, concorrentes, forças políticas e forças sindicais.

⁷ K. Marx e F. Engels. Manifesto do Partido Comunista. Tradução Portuguesa. Ed. Avante 5ª Edição. P.39.

⁸ (...) la proclamada eficacia da la economia moderna de mercado ha tenido que compaginarse con su propio sentido ético-social, de tal manera que sus exigências técnicas (sistémicas) pudiesen estar, en definitiva, al servicio del denominado “mundo de la vida”. Adela Cortina. Ética de la Empresa. P.70.

A empresa torna-se parte de sucessivas transformações inerentes aos diferentes processos que se foram gerando no âmbito de uma nova ordem social, desenvolvendo-se em torno da necessidade de crescimento económico e apresentando-se estruturalmente com uma nova forma de organização social. A empresa transforma-se numa unidade produtora de riqueza na sociedade, e a essencialidade da sua interacção social é reforçada e fortemente distinguida na medida em que se torna o principal agente do tecido social. A organização social estrutura-se em torno da actividade empresarial, que, ao assumir a responsabilidade na disposição de uma nova ordem de relações sociais e de produção de riqueza na sociedade, garante um importante papel no âmbito de uma contribuição específica no plano económico, com metas específicas ao nível da produção de bens e serviços, por um lado, e por outro, apresentando valor económico, traduzível em benefícios sociais objectiváveis no pagamento de salários e na remuneração de capital, fundamental a novos investimentos e à viabilidade da empresa.

A empresa moderna, como agente participante num contexto de interactividade social, é protagonista de novas realidades. O modelo empresarial altera-se, tanto do ponto de vista da produção, como do ponto de vista da administração.

Enquanto produtoras de bens e serviços, as empresas diversificam áreas de negócio dentro do seu âmbito de actividade, desenvolvendo estruturas empresariais de grande dimensão que operam em mercados distintos do seu mercado de origem. A sua acção passa a ser económica e socialmente global.

“Esta empresa moderna possui várias unidades de negócio distintas, dirigidas por uma hierarquia de executivos assalariados, que se convertem numa nova subespécie de *homo economicus*: o director assalariado.”⁹

Segundo Adela Cortina, a grande transformação que ocorre no mundo empresarial com as necessárias repercussões no plano social, tem origem numa nova forma de gestão praticada por uma nova categoria de trabalhadores, que especializados em administração de

empresas, e dispondo de novos processos técnico-científicos, alteram o processo produtivo empresarial, procurando os mais elevados benefícios de produção pelos menores custos, provocando uma decisiva alteração nas relações de mercado. Esta alteração radical atribuída à gestão das empresas transforma-as em instituições com vida económica própria, propiciando simultaneamente o surgimento de estruturas burocráticas empresariais. O sistema capitalista tradicional altera-se perante a emergência de uma nova forma de propriedade, cujo capital se encontra disperso, muitas vezes anónimo e cuja gestão é efectuada através da convergência de diferentes planos de execução técnica, incorporando e fomentando os diferentes progressos técnicos e científicos. O objectivo desta nova era de gestão assume dois sentidos convergentes, a saber: produzir ao mais baixo custo e obter a melhor remuneração da sua produção.

Uma das alterações mais significativas desencadeada por esta nova forma de administração de empresas, refere-se às alterações sistémicas produzidas no interior do modo de produção capitalista que, anteriormente centrado em actos de gestão protagonizados pelo dono da empresa e do capital, transforma-se num capitalismo financeiro, cujos actos de gestão são assumidos por uma elite que “partilha decisões de alto nível com representantes de instituições financeiras”¹⁰. Ainda segundo uma lógica do modelo de administração de empresa, também os intercâmbios com o mercado se alteram no decurso da incorporação por parte da empresa de actividades sectoriais exteriores ao seu *core business*. Esta atitude tem inevitáveis consequências ao nível do domínio do mercado com repercussões no plano económico global, e por força do poder que adquirem, assumem um carácter de atitudes políticas.

Neste contexto, parece oportuno questionar se não estaremos perante um novo conceito de mercado. De facto, o mercado continua a ser o grande gerador da procura de bens

⁹ (...) Esta empresa moderna consta de muchas unidades de operación distintas, dirigidas por una jerarquía de ejecutivos asalariados, que se convierten en una nueva subespecie de homo oeconomicus: el directivo asalariado. Adela Cortina. Ética de la Empresa. P.70.

¹⁰(...)compartir las decisiones de alto nivel con los representantes de las instituciones financieras. Adela Cortina. Ética de la Empresa. P.72.

e serviços mas, como afirma A. Cortina, “a empresa assume as funções de coordenar os fluxos de mercadorias dos processos de produção e distribuição e de designar o capital e o trabalho para a produção e distribuição futuras”.¹¹ No fundamental, o conceito de mercado, em si mesmo, parece não sofrer alteração. Todavia num curto espaço de tempo, a pequena empresa familiar tradicional transforma-se numa poderosa instituição económica, porquanto ocupa um espaço transnacional, cujas acções ou decisões de gestão podem assumir um forte impacto no plano da interactividade com os restantes agentes em relação. O mercado estrutura-se de acordo com uma nova dimensão, onde são desenvolvidas novas tensões, nas quais se inclui o consumo.

Tema nuclear na sociedade pós-moderna, o consumo de bens e serviços é sujeito a um incremento de grande dimensão com a proliferação de estruturas organizadas de pontos de venda, visualmente apelativos, que oferecem garantias de conforto e de segurança e cujas localizações são pensadas em ordem a um estilo de vida que faz do consumo o seu elemento catalisador. A. Cortina propõe-nos, a este propósito, uma análise crítica do consumo através do questionamento de dois pontos de vista convergentes. O primeiro consiste na fundamentação do consumo em si mesmo, enquanto fim de um acto impermanente. O segundo destaca o consumo como fonte de reformulação das anteriores teorias de produção, que colocavam em oposição produção e trabalho. Esta formação de uma nova cultura de classe, a classe média, provoca a decadência de uma anterior cultura baseada na classe trabalhadora. A estrutura social de classe passa a ser observada segundo “estilos de vida” que assumem agora o lugar central de uma relação que se estabelece entre produção e consumo. Trata-se de um novo paradigma que assume uma orientação para processos de consumo com origem na produção.

“Na sociedade que se considerou chamar pós-moderna, (...) esfumam-se as identidades fixas, estabelecidas pelo nascimento, classe, etnia ou sexo, e

¹¹A empresa asume las funciones de coordinar el flujo de mercancías de los procesos de producción y de distribución y de asignar el capital y el trabajo para la producción y distribución. Adela Cortina. Ética de la Empresa P.72

uma das formas de se criar a própria identidade é o lugar onde se compra. Não é o mesmo comprar numa elegante rua do centro da cidade ou em algumas distintas lojas de um centro comercial, que fazer as compras da semana numa grande superfície onde tudo é mais económico. As pessoas percebem-no e optam por aqueles lugares que melhor se acomodam à sua identidade, quer dizer, à identidade que desejariam que fosse a sua, a que pretendem construir (...)¹²

A interacção na sociedade pós-moderna estabelece-se por via de uma relação entre os indivíduos e um conjunto de símbolos, através dos quais os indivíduos procuram redefinir o significado da vida, num processo intersubjectivo, onde é recriada a própria identidade. Estruturalmente estão em presença de identidades tornadas frágeis, contingentemente formadas no efémero de simbologias que se geram através do efeito da moda, elas mesmas impermanentes na sua estruturação. Os actos de consumo são por esta via decisivos na formação da identidade. É através deles que o individuo constrói um processo comunitário de identificação com o outro e simultaneamente estabelece o lugar onde realiza a socialização. Fora desta realidade, o individuo conhece o caminho da marginalidade socialmente induzida.

Descontextualizado face a heranças do passado, desvinculado de sentimentos comunitários, o individuo encontra-se exposto num espaço no qual interagem outros agentes cujo principal papel consiste precisamente na criação e desenvolvimento de simbologias catalisadoras no âmbito do processo de formação de identidades colectivas. Este é o formato onde operam especialistas de modelos de consumo vocacionados para dar continuidade à vacuidade de uma identidade gerada no consumo de bens.

Aos espaços físicos das cidades está igualmente reservado um importante papel que contribui para a formação de uma nova paisagem urbana: “a paisagem do consumo”.¹³

¹² En la sociedad la que se ha dado en llamar “posmoderna”, (...) se difuminan las identidades fijas, establecidas por el nacimiento, la clase, la etnia o el sexo, y una de las formas de crearse la propia identidad es el lugar en el que se compra. No es lo mismo comprar en el elegante pasaje del centro de la ciudad o en algunas tiendas selectas del centro comercial que hacer la compra de la semana en la grand superficie en la que todo es más económico. Las gentes lo perciben y optan por aquellos lugares que mejor se acomodan a su identidad, es decir, la identidad que desearían que fuese la sua, a la que intentan construirse(...). A. Cortina. Por una Ética del Consumo.P.92.

¹³(...) paisaje de consumo. A. Cortina.Por una Ética del Consumo.P.92.

“Sobre o tempo, aqui e agora, devemos apenas observar que ele se nos mostra com dois rostos da temporaneidade e da temporalidade. A primeira é exclusiva enquanto a outra é inclusiva, no sentido em que, enquanto a temporalidade conserva e prolonga o passado no presente, e no presente antecipa o futuro no qual o presente feito passado se conservará, prolongando-se por sua vez, a temporaneidade é, ao contrário, uma perpétua remoção: o contínuo aniquilar-se do presente em face do inexorável emergir do futuro, da ausência do não-ser-ainda, um novo presente, também ele efêmero, que também ele se afundará (...)”¹⁴

O espaço da cidade perde a temporalidade qualitativa que a imagem histórica do tempo lhe conferia, para assumir a temporaneidade quantitativa e padronizada inerente ao processo de pós-industrialização e consumo de bens, que destruindo a paisagem, arrasta no mesmo processo a temporalidade histórica das cidades que antecederam a industrialização. Perde-se a imagem do tempo histórico que se realiza na cidade, enquanto lugar de contemplação. Na temporaneidade, o tempo – passado, presente e futuro - são dimensões opostas: o passado que já não é presente, o presente que já não é passado e ainda não é futuro, e o futuro que ainda não é. Este *não ser* da temporaneidade que configura uma existência precária ao tempo, é o fundamento de uma *obsolescência planificada*, que confere a cada projecto um prazo de validade. Neste processo de autodestruição planificada estão incluídas as vidas humanas com a destruição centrada na sua existência, que apenas são consideradas para fins quantitativos. A ausência do *não ser* do passado no presente, e do *não ainda* futuro leva a que a existência humana experiencie a dolorosa sensação de ser ela mesma um produto de consumo, sujeita à mesma condição efémera e com prazos de validade.

É a finitude da temporaneidade que desencadeia a *obsolescência planificada* num tempo estrategicamente pensado num plano de consumo, que se renova esgotando-se no próprio processo de renovação.

Uma outra abordagem ao tema do consumo supõe, segundo Adela Cortina, uma crítica implícita às teorias económicas que se foram desenvolvendo baseadas na produção.

¹⁴ Rosario Assunto. Filosofia da Paisagem Uma Antologia. Coordenação: Adriana Veríssimo Serrão. P.350.

“Com efeito, nos anos sessenta do século passado a concepção de que a sociedade se estrutura em classes que se distinguem entre si pelo lugar que ocupam no processo de produção deixou de ser fecunda para explicar tanto a estrutura como a alteração social nas sociedades pós-industriais.”¹⁵

A sociedade que emerge do processo de industrialização organizou-se segundo critérios de posse ou ausência de propriedade, e o modelo de divisão de classes acompanhava esta forma de organização social. A distinção entre classes respeitava igualmente a diferença pela posse de propriedade. Quem não era detentor de propriedade, restava-lhe um único bem: a sua força de trabalho. Porém, perante o trabalho e confrontados com a necessidade de colocar diariamente no mercado o único bem que possuíam os detentores da força de trabalho, constituíam uma classe que se posicionava perante a produção com crenças e ideias comuns a todos os que partilhavam o mesmo grupo social. Pensar em estilos de vida nesta época é mergulhar nas diferentes classes sociais, com diferentes estilos de vida resultantes da posse efectiva da propriedade, ou sua ausência.

A consciência de classe seria algo bem presente no processo de industrialização. As classes trabalhadoras promoviam dinâmicas próprias que se constituíam como parte do processo de industrialização, e que viriam a ter resultados na melhoria das condições de vida através de incrementos salariais e prestações sociais.

Mas as diferenças de classe não se esgotaram no âmbito da melhoria das condições de vida. Diferentes grupos profissionais eram contemplados com distintas remunerações, o que levaria a que a consciência de classe e de igualdade perante o trabalho não fosse transversal à totalidade da classe dos assalariados, centrando-se porém no interior de grupos profissionais. Os estilos de vida estariam condicionados à categorização profissional e à remuneração dela obtida. Contudo, as diferentes transformações desencadeadas pelo processo de industrialização teriam repercussões ao nível político e social. Os trabalhadores, consequência

¹⁵ En efecto, en los años sesenta del pasado siglo la concepción de que la sociedad se estructura en clases que se distinguen entre sí por el lugar que ocupan en el proceso de producción había dejado de resultar fecunda para explicar tanto la estructura como el cambio social en las sociedades posindustriales. A. Cortina. Por una Ética del Consumo. P.93.

da melhoria global do seu nível de vida, entram numa dinâmica de consumo massivo, “sem tomarem consciência de estar a perder liberdade e capacidade de auto-realização”¹⁶. Este processo, do ponto de vista social, acompanha o início da sociedade pós-industrial. Com a intensificação em número da classe média, e na medida em que a sua manifestação ocorre por via de actos de consumo que no concreto não apresentam uniformidade na sua própria realização, tal facto resultará na valorização dos estilos de vida, num plano em que os actos de consumo serão orientados de acordo com o *status* a alcançar.

Qual a relação de convergência entre classe e estilo de vida nos actos de consumo? Adela Cortina,¹⁷ comentando Max Weber, diz-nos que analisar o capitalismo do ponto de vista do consumo força a um entendimento claro acerca do que são classes e estilos de vida, formas de organização social fundamentais para entender o capitalismo. Neste sentido, as classes constituem-se segundo uma estratificação que representa a sua relação com a produção e a aquisição de bens, e os grupos de *status* estratificam-se de acordo com o princípio de consumo de bens, numa lógica de representação de estilos de vida. Esta distinção permite concluir que a posição ocupada pelos indivíduos na estrutura de classe correlaciona-se economicamente com o papel que o individuo desempenha no processo de produção. Por outro lado, o *status* é determinado e obtido pela forma de consumir e pelo que é consumido, de acordo com o papel social a que o individuo está submetido no contexto social de produção.

Sentimentos de classe e estilos de vida fazem igualmente parte de estruturas sociais não recentes. Outros períodos da história da humanidade testemunham a sua importância como referentes significantes no processo de interacção social. Ocorre, porém, que a sua ênfase assume, no contexto da sociedade pós-moderna, uma dimensão que resulta da acutilante observação empresarial, em resultado da qual, são observáveis orientações de consumo para os bens mais elementares, como sejam a alimentação, o vestuário, os

¹⁶(...) sin tomar conciencia de estar perdendo libertad y capacidad de autorrealización A. Cortina. Por una Ética del Consumo.P. 94

¹⁷ A. Cortina. Por una Ética del Consumo. P.96

divertimentos, e outros aspectos destes decorrentes. Para as empresas trata-se de compreender e conhecer as necessidades do consumidor. Para o individuo representam a inclusão, exclusão ou permanência em determinado grupo social.

Admitindo que a ligação entre classe e estilo de vida não constitui uma novidade no processo de interacção social, que diferença relevante poderá apresentar a sua manifestação na sociedade pós-moderna?

A segunda metade do século XX caracteriza-se, em matéria de consumo, por formas específicas de utilização de simbologias que reflectem atitudes comportamentais e projectam identidade. Os indivíduos que constituem os diferentes grupos afirmam-se, segundo A. Cortina, “através da sua peculiar forma de consumir, que é expressão da sua identidade, e sobretudo do modo como forjam a sua identidade: os padrões de consumo constituem o mecanismo de inclusão e exclusão do grupo, sobretudo entre os mais jovens. O peculiar destes novos estilos de vida é que não estão ligados a grupos identificados previamente (...) mas a grupos não identificados, a grupos anónimos que desejam pertencer ao grupo para construir a sua identidade e alcançar um determinado *status* através do consumo. Não existe uma identidade de casta a expressar, mas a necessidade de criar-se a identidade e o *status* através do consumo”¹⁸.

A sociedade pós-moderna é precisamente o lugar onde se processa a desconstrução das heranças culturais identitárias. Deste processo resulta a necessidade de reconstrução do individuo, que sumativamente constrói um grupo. Há, de certa forma, uma inversão na construção de papéis identitários, já que no passado, a construção da identidade tinha lugar no grupo de pertença do sujeito. Hoje, o grupo de pertença desenvolve-se autonomamente, é estruturado em actos de consumo que têm lugar num contexto de satisfação de necessidades

¹⁸ Adela Cortina comentando Robert Bocoock e David Chaney,(...)precisamente a través de su peculiar forma de consumir es como “expressan” su identidad, sobre todo, como se “forjan” su identidad:los patrones de consumo constituyen el mecanismo de inclusión y de exclusión del grupo, sobre todo entre los jóvenes. Lo peculiar de estos nuevos estilos de vida es que no van ligados a grupos identificados previamente(...)sino a grupos no identificados, a grupos anónimos que desean pertenecer al grupo para construir su identidad y alcanzar un determinado estatus a

e desejos, e simultaneamente como forma de simbolizar êxito e poder, comunicando distinções sociais que o sentido da identidade pessoal confirma.

“ A chave da identidade e o *status* social parece já não consistir na remuneração, na ocupação ou classe, mas no estilo de vida eleito, que pode ser qualquer um desde que se conte com capacidade aquisitiva para o custear”.¹⁹

No âmbito exclusivo de uma “teoria do consumo”, a identidade é observada, ela própria, como objecto de consumo que se realiza no acto de compra. Neste sentido, a convergência entre classe e *status* social assume uma disposição contingente quando posta em evidência a necessidade de possuir capacidade aquisitiva para custear o estilo de vida pretendido. Esta tese apresenta-se como problemática justamente porque a capacidade aquisitiva está sujeita aos factores de remuneração do trabalho, independentes da classe ou ocupação do individuo.

Todavia, no fundamental, os processos de criação de identidade são desenvolvidos, na sociedade pós-moderna, em contexto de interacção social organizado em torno de actos de consumo massivo, numa sociedade marcada pela abundância.

Definir e negociar a identidade, são factores estruturantes da sociedade de consumo: eleita a forma de consumo o e grupo de referência, desenvolve-se uma identidade condicionada por uma hierarquização que estabelece inevitáveis exclusões. Nem todos os indivíduos podem aceder a determinados bens (em causa normalmente está o custo) razão pela qual os bens que conferem *status* são bens posicionáveis. O campo da construção da identidade é oportunisticamente aproveitado pelas estruturas empresariais. Construir a identidade através de processos de consumo, baseados no carácter simbólico que os produtos

través del consumo.No existe una identidad de casta que expresar, sino la necesidad crearse la identidad y el estatus a través del consumo. A. Cortina. Por una Ética del Consumo. Pp.98-99.

¹⁹La clave de la identidad y el status social parece no consisti ya en el sueldo, la ocupación o la clase, sino en el estilo de vida elegido, que puede ser cualquiera, con tal de que se cuente con la capacidad adquisitiva para costearlo. A. Cortina. Por una Ética del Consumo. P.99.

podem oferecer, disponibiliza a argumentação necessária para a construção de uma narrativa clara na mensagem simbólica que envolve o produto ou serviço.

1.2. Bem-estar igualitário orientado para actos de consumo

A institucionalização do consumo criou um sentimento próprio de necessidades e de satisfação de necessidades para as quais se planeou uma ideia de felicidade. A sociedade de consumo desenvolveu uma relação mútua com a ideia de felicidade, reconstruindo essa mesma ideia segundo uma lógica associada ao processo de consumo, de tal forma que, a felicidade, tomada neste sentido, adquire o estatuto de motor da civilização moderna.

Segundo A. Cortina “consumir acabou por se converter, ao que parece, na essência humana nesta mudança de milénio. Desde que nos anos 20 do século passado irrompeu a produção em massa no mercado e a capacidade de consumir foi ganhando terreno às restantes capacidades humanas, primeiro medalha de cobre, depois de prata, até ocupar o primeiro posto no pódio das capacidades mais valorizadas nesta nossa era a que se chama com razão - “era da informação”- e que podia chamar-se -“era do consumo”- com igual ou maior sentido. (...) E não porque seja esta uma capacidade exclusiva dos seres humanos, parecendo própria das características essenciais de uma espécie, mas porque embora todos os seres vivos a partilhem, apenas as mulheres e os homens do nosso tempo têm reconhecido com factos que o seu exercício maximiza o caminho da felicidade. Este traço foi no terreno da acção considerado por Aristóteles como a essência: a capacidade cujo exercício conduz à meta da perfeição da vida humana (...)”²⁰

²⁰ Consumir há terminado por convertirse, al parecer, en la esencia humana en el cambio de milénio. Desde que en los años veinte del pasado siglo irrumpiera la producción en masa en el mercado, la capacidad de consumir fue ganando terreno a las demás capacidades humanas, primero medalla de cobre, después de plata, hasta ocupar el primer puesto en el pódium de las capacidades más valoradas en esta nuestra era que ha dado en llamarse con acierto “era da informação”, y que podría llamarse “era del consumo” con igual o mayor tino. (...) Y no porque sea ésta una capacidad exclusiva de los seres humanos, como parece propio de los rasgos esenciales de una especie, sino porque aunque todos los seres vivos la comparten, sólo las mujeres y varones de nuestro tiempo han reconocido con hechos que en su ejercicio llevado al máximo ven el camino de la felicidad. Rasgo este que en el terreno de la acción consideraba Aristóteles como la esencia: la capacidad cuyo ejercicio conduce a la meta y perfección de la vida humana (...). Adela Cortina. Por una Ética del Consumo. Pp.21-22.

No consumo, melhor dizendo, na sociedade de consumo, a felicidade entrelaça-se com as necessidades, no sentido em que atingi-la tem como premissa a existência de necessidades de consumo, e só com a satisfação dessas mesmas necessidades é possível atingir a felicidade.

Nesta mudança de milénio, as capacidades humanas de envolvimento social, estético, ou até mesmo intelectual ou religioso, colocam-se ao serviço da capacidade eleita: o consumo, que tem por objectivo garantir o sucesso organizativo do seu próprio modelo. Conviver, experienciar beleza e conhecimento, são acções orientadas para a capacidade de consumir, na ausência das quais a produção decai. Um dos muitos exemplos possíveis que ilustram esta atitude diz respeito à indústria do lazer, que se assume nos nossos tempos como um importante sector de actividade económica, a favor do qual são elaboradas criteriosas estratégias de consumo, cujos apelos directos à fruição e ao prazer, à cultura e ao conhecimento, são subtilmente orientados por uma estrutura de produção impulsionadora de actos individuais, que se realizam num âmbito de generalização e massificação.

A era do consumo, como é chamada por alguns, enraizou-se no jogo do consumo e da produção. Suportada pela ciência económica, a “era do consumo” desenvolve modelos de consumo massivo e de produção massiva, disponibilizando os seus conhecimentos a uma parte de humanidade que apresenta mais capacidade para consumir, e portanto, com maior poder aquisitivo.

A igualdade, herança política do século XIX, desenvolve um ideal social, consubstanciado na essência da satisfação das necessidades como forma de atingir a felicidade e simultaneamente atingir o mito da igualdade. A felicidade transforma-se conceptualmente num veículo ideológico cujas repercussões se crêem fazer sentir no campo da igualdade. Seguindo esta lógica, as sociedades predominantemente democráticas estruturam-se politicamente de acordo com a intensificação e promoção da ideia de bem-estar, ao mesmo

tempo que se constituem como o lugar de reabsorção da fatalidade social, onde se tenta promover a igualdade dos diferentes destinos dos indivíduos de uma sociedade.

A sociedade de consumo, com sucesso, faz deslocar a acção individual que conduz ao plano da realização da felicidade, impondo-lhe uma orientação, cuja realização plena só pode ser entendida no colectivo. Esta conversão insere-se numa ideia de igualização à qual se subtrai o sentimento de solidariedade na medida em que este novo colectivo interage por comparação, através de acções individuais, nas quais a felicidade se traduz em actos mensuráveis, circunscritos a uma relação de espaço e de tempo definidos e finitos. A felicidade, entendida neste contexto, assume uma relação directa com os signos que a produzem, construindo uma ideia de fruição que é ela mesma uma forma de vida, no interior da qual surge um ideal de consumo que paradoxalmente se opõe a uma exigência de igualdade.

Existe uma responsabilidade mútua no processo de formação da igualdade partilhado, quer pelo processo de formação da necessidade, quer pela correspondente ideia de bem-estar. Quando confrontadas, necessidades e satisfação das necessidades, de acordo com o jogo entre consumo e produção presente na sociedade de consumo, surge uma outra formação, superior e estruturante das sociedades pós-modernas, que politicamente corresponde ao sistema democrático, para o qual, necessidades e satisfação de necessidades apresentam uma correspondência directa com certa ideia de igualdade, que se justifica pelo princípio segundo o qual todos os homens são iguais perante o “valor de uso”²¹ dos seus bens, embora possam ser diferentes em relação ao “valor de troca”²². Se a necessidade surge pelo “valor de uso”, o consumo ao pretende traduzir a ideia igualitária no processo de formação das necessidades torna-se por este meio uma finalidade natural.

²¹ O valor de uso só se realiza no uso ou no consumo. Os valores de uso constituem o conteúdo material da riqueza, qualquer que seja a sua forma social. K. Marx. O Capital. Livro Primeiro. Tomo I. Edições Progresso. P.46.

²² O valor de troca aparece, antes de mais, como uma relação quantitativa, a proporção na qual os valores de uso de uma espécie se trocam por valores de uso de outra espécie, uma relação que muda constantemente com o tempo e o lugar. K. Marx. O Capital. Livro Primeiro. Tomo I. Edições Progresso. Pp. 46-47.

Politicamente, as questões da desigualdade social têm sido reabsorvidas pelos sistemas democráticos pós-modernos segundo o princípio do alargamento da base social de consumo, e neste contexto, o consumo torna-se matéria política. Seguindo este princípio, a sociedade de consumo estrutura-se em consonância com os conteúdos políticos, relativamente aos quais o sistema tenta ultrapassar as suas próprias contradições, propondo que o equilíbrio final seja o resultado da intensificação da quantidade de bens que se colocam no mercado.

As correntes políticas que corporizam o sistema democrático pós-moderno são importantes difusoras da ideologia do bem-estar, conduzindo os cidadãos das sociedades democráticas pelo caminho do crescimento que representa abundância. Mas o bem-estar entendido num contexto da abundância encontra-se sujeito a um balanço que se traduz por quantificações que demonstram a impossibilidade da felicidade fora de um contexto de posse, dando desta forma relevo a problemas que se situam no domínio da igualdade e desigualdade, ou de riqueza e pobreza.

Esta dualidade faz parte do sistema político e económico que fundamenta o actual processo político democrático. Trata-se de uma ambivalência estrutural com fortes implicações na sobrevivência do sistema e que resulta na produção de riqueza e de pobreza, da satisfação e da insatisfação. Todavia, reconhecer que o mito da abundância e do crescimento não são factores de eliminação da desigualdade e da pobreza seria considerar o fracasso do próprio sistema capitalista. Facto é, que o sistema capitalista não tem até ao momento conseguido equilibrar-se ou sobreviver a não ser por via dos desequilíbrios que se geram no seu interior.

O consumo evidencia disparidades observáveis no tecido social, sobretudo quando possibilita a demonstração da hierarquia e da discriminação do poder e das responsabilidades. Na ideologia do consumo todos os agentes sociais gozam de um estatuto de igualdade perante os objectos (o automóvel, a máquina de lavar, a torradeira). Todavia, esta igualdade é

puramente formal; pese embora se refira ao concreto, a sua base de homogeneização é abstracta. Na realidade, os produtos de consumo tomados individualmente só produzem sentido quando sujeitos a uma configuração que os relaciona com uma perspectiva social de conjunto. Daí que o seu sentido apenas seja possível num processo interactivo protagonizado pelos sujeitos da acção, ou seja, a tangibilidade dos signos que suportam os objectos de consumo produz-se no âmbito de uma relação intersubjectiva, desencadeada pelos sujeitos da acção. Porém, no interior desta interactividade é gerada uma lógica de social que evidencia o consumo como uma instituição de classe no sentido económico (diferente poder de aquisição de objectos), o que por si só confere uma relação desigual perante os próprios objectos. A ideologia de consumo apresenta uma racionalidade não contida na valorização material do objecto em si, mas sim numa valorização mágica dos objectos. Como refere Baudrillard, “o consumo surge como um sistema que assegura a ordenação dos signos e a interacção do grupo; constitui simultaneamente uma moral (...) e um sistema de comunicação ou estrutura de permuta”.²³

Admitindo que existe racionalidade no acto de consumo, a sua manifestação não se faz pela apropriação individual do “valor de uso” dos bens e serviços, nem pela via da satisfação, mas sim através da produção e manipulação de significantes sociais. O consumo incorpora um processo de significação e de comunicação, cujos actos se estruturam em torno de uma linguagem própria que possui um código específico. Enquanto processo de classificação e de diferenciação social, o consumo procede à ordenação dos objectos no interior do código de consumo, segundo uma percepção de valores estatutários no seio de uma hierarquia, donde resulta que o agir orientado para actos de consumo não tem como fim em si mesmo o objecto de consumo, mas sim todo um conjunto de relações intangíveis subjacentes. Os objectos, no acto de consumo, representam signos que atribuem características distintivas ao individuo que

²³ Jean Baudrillard. A Sociedade de Consumo. P.78.

os consome, tanto por via de um reforço referencial no seio do grupo ao qual pertence, como ainda demarcando-se desse mesmo grupo por referência a um outro, quase sempre superior.

O processo de diferenciação estatutária faz-se por referência ao consumo e é hoje um processo social fundamental uma vez que é por seu intermédio que o individuo se insere na sociedade. É também no âmbito deste processo de diferenciação que os indivíduos vivem os seus actos distintivos de compra, fundamentalmente, como liberdade, como escolha, e não como condicionamento de diferenciação ou de obediência a um código. A. Cortina diz-nos, a este propósito que: “ se o acto de consumo, ele mesmo, pertence ao reino da liberdade, serão igualmente membros desse reino as formas de consumo, entre elas, as formas de consumir produtos do mercado. É através delas que se mostra, em princípio, se as pessoas têm capacidade de escolher o que consomem (...). (...) Nas formas de consumo mostra-se também, em princípio, que valores orientam a vida, que crenças formam o húmus moral de uma sociedade, o seu *êthos*, o seu carácter ” ²⁴.

As sociedades, do mesmo modo que as pessoas, possuem um carácter, que por sua vez influencia escolhas pessoais de forma quase insuspeita. De acordo com a formação das crenças sociais, segundo as quais a acumulação de bens é sintoma de êxito pessoal e simultaneamente promessa de felicidade, a capacidade de consumir é eleita como uma categoria que faz parte da essência do homem. Mas consumir não é a essência do ser humano. Num certo sentido, consumir é uma actividade comum a todos os seres vivos. Os humanos, tal como os restantes animais consomem alimentos, procuram lugares para protecção, etc., mas a grande diferença é que através do consumo, o ser humano exprime valores e crenças no seu modo de consumir. Com a era do consumo, a liberdade do individuo, no sentido referido anteriormente, fica profundamente comprometida. A força contida na publicidade emanada dos grupos de referência, das instituições, dos meios de comunicação é tal, que reduz o espaço

²⁴ (...)Y si el acto mismo de consumo pertenece al reino de la libertad, tanto más serán miembros de esse reino las formas de consumo y, entre ellas, las formas de consumir productos del mercado. En ellas se muestra, en principio, si las personas tienen capacidad de elegir lo que consumen (...). (...) En las formas de consumo, se muestra también

destinado à afirmação individual da liberdade, sendo orientada para actos de consumo. Neste sentido, A. Cortina coloca duas questões que afectam a essência humana em matéria de consumo: “quem está a tomar decisões em matéria de consumo, e quem deveria tomá-las; quem está moralmente autorizado para assumir os proveitos resultantes do consumo, e com ele, da produção.”²⁵

Em resposta a estas duas questões, A. Cortina apresenta criticamente diferentes posicionamentos assumidos sobre esta matéria. O primeiro diz respeito aos seguidores de Galbraith, que criticando a sociedade opulenta, afirmam que são os produtores quem assume os proveitos resultantes da produção e do consumo, cujos incrementos em benefício próprio resultam da manipulação das necessidades e dos desejos dos cidadãos, pelo que segundo Knobloch, consome-se o que é decidido pelos produtores com a preciosa ajuda do marketing.

Em sentido contrario, A. Cortina confronta a tese anterior com outra de autoria de Daniel Miller, segundo a qual, são os consumidores quem dirige o consumo e a produção. O núcleo desta tese desenvolve-se em torno de uma dialéctica histórica que teria possibilitado à classe oprimida, a classe dos consumidores, a condução do processo de produção massiva que tem necessariamente de ser consumida, colocando os produtores como agentes passivos, justamente porque apenas procuram o seu próprio benefício, e nessa medida teriam sido somente arrastados pelo processo desencadeado pelos consumidores. O mesmo autor, Daniel Miller reforça a posição sublinhando que os consumidores se constituem como uma classe universal que substitui o papel do proletariado no avanço da história.

A. Cortina serve-se desta segunda tese por dois motivos distintos. Em primeiro lugar, para criticamente fundamentar o movimento histórico que transforma os proletários em classe média. Este movimento contém as lutas de uma classe que promovendo melhorias na sua condição de vida, se transforma em classe média. Por outro lado, as empresas produtoras

qué valores orientan la vida, qué creencias conforman el humus moral de una sociedad, su éthos, su carácter. A. Cortina. Por una Ética del Consumo. P.29.

são estimuladas pelos consumidores a elevar os seus padrões de qualidade em função dos níveis de exigência que uma classe média consumidora e informada reclama. Todavia, estes factores não atribuem aos consumidores o papel de classe transformadora da história, na opinião de A. Cortina, sobretudo porque os consumidores são um grupo não solidário, que apresenta, como único objectivo comum, o respeito pelos seus direitos.

Os modelos anteriores deixam claro que o consumo é uma função da produção, e como tal pode ser entendido como um sistema de uma organização estrutural que ultrapassa os indivíduos, impondo-se-lhes por meio de coacções sociais inconscientes. Neste sentido, tem razão Galbraith quando afirma que são os produtores quem assume os proveitos da produção e do consumo. Os consumidores são estruturas sociais inorgânicas e impermanentes, razão pela qual apenas servem as decisões dos produtores.

De um certo ponto de vista, o consumo pode ser entendido como carente de leis organizativas, e por isso sujeito a alguma anarquia. Contudo, este argumento pode não ser válido em algumas sociedades assumidamente estruturadas em torno do consumo. São conhecidos vários dispositivos consagrados em matéria de lei, cuja função consiste numa aparente regulação do consumo, entendida do ponto de vista da protecção dos consumidores. Pese embora a existência e a formalização de regras, o facto é que a sua aplicação revela-se de grande utilidade para as entidades produtoras que por essa via estabelecem um conjunto de disposições práticas, observáveis para todos os que concorrem em determinados mercados, impondo às marcas produtoras a manutenção de determinados padrões de produção.

O Consumo, enquanto conduta colectiva devidamente institucionalizada, contribui para um sistema de valores que cumpre a função de integração dos indivíduos, desenvolvendo igualmente uma acção de controlo social. A sociedade de consumo é o espaço de socialização,

²⁵ (...) quién o quiénes están tomando las decisiones en cuestiones de consumo, y quién o quiénes deberían tomarlas; quién o quiénes están moralmente autorizados para tomar en sus manos las rendas del consumo y, com él, de la producción. A. Cortina. Por uma Ética del Consumo.P.32

de aprendizagem e de iniciação social ao consumo, numa relação estrita com as forças produtivas que compõem o sistema económico.

À perspectiva social do consumo não poderá estar alheio o sistema de produção, cuja presença é observável quer pela abundância, quer pela forma como se estrutura o consumo. O mais recente papel desenvolvido pelo sistema produtivo na estruturação do consumo fez-se sentir através da concessão de crédito às massas. Esta concepção exemplar de facilidade de acesso à abundância, de carácter hedonista, absorve a massa de consumidores que de outro modo escaparia à força do consumo.

Qual o âmbito de uma teoria ética do consumo na sociedade pós-moderna?

O progresso moral, tal como o progresso técnico e científico, não se constituem, partindo de um momento zero. Pelo contrário, ambos são o reconhecimento de valores partilhados em momentos diferentes, pelo que, renunciar-lhes seria retroceder. Diz-nos A. Cortina que, “os valores de liberdade, igualdade, solidariedade e justiça, dispõem de conteúdos que já não expressam uma “ténue concepção do bom”, mas uma “densa concepção do justo”, a partir do qual queremos calibrar o fenómeno do consumo”.²⁶ É através da “densa concepção do justo” que se forma o sentido da cidadania, reflexo do cidadão efectivo que pertence ao seio de uma comunidade política, que é também económica. Este cidadão é senhor de si próprio, não de forma solitária, mas em igualdade com os restantes cidadãos que fazem parte da sua comunidade concreta.

Ser consumidor faz parte da dimensão humana da cidadania, pelo que eleger formas de consumo que respeitem determinados critérios e não outros, que favoreçam certas atitudes em detrimento de outras, propondo estilos de vida adequados, faz parte do âmbito de uma cidadania pelo consumo suportada na “densa concepção do justo”.

²⁶ Los valores de libertad, igualdad, solidaridad, justicia han ido dotándose de contenidos que no expresan ya una “ténue concepción de lo bueno”, sino una “densa concepción de lo justo”, desde la que queremos calibrar el fenómeno del consumo. A. Cortina. Por una Ética del Consumo. P.38.

Pensar numa teoria ética do consumo implica, desde logo, compreender o consumo nas suas diferentes acepções: admissão a um grupo, ou sobrevivência, ou motivação compulsiva, ou, por outro lado ainda, a criação de identidade através dos objectos de consumo. Mas deve também reflectir acerca da divergência observável na riqueza das nações, em que países ricos consomem mais do que necessitam e países pobres necessitam mais do que consomem.

Se por hipótese for admitindo que a essência do ser humano consiste na capacidade de consumir, a produção em massa possibilita essa compreensão e transforma o acto de consumo valioso por si mesmo. Ora, segundo Aristóteles, completo é o fim escolhido por si próprio e nunca como meio em vista de qualquer outro fim.²⁷ Assumir como verdadeiro que os actos de consumo valem em si mesmos, é atribuir à felicidade um estímulo ao consumo, aniquilando a ideia de felicidade enquanto resultado do esforço da acção humana.

A essência humana, pelo contrário, é a liberdade, e é a partir dela que se forma a capacidade para consumir. Porém, a ideologia que orienta a sociedade de consumo condiciona o individuo na sua liberdade, com reflexos inequívocos no seu modo de vida. O consumir revela-se instrumental numa ideologia que submete o individuo à coacção, retirando-lhe liberdade e subtraindo-o ao discurso ético. Em sua substituição surge o consumo como valor fundamental para atingir o prazer e a felicidade, e ambos se tornam deveres da sociedade de consumo, inscritos em múltiplos signos e objectos que exploram as virtualidades do consumo.

Avaliar o consumo significa compreendê-lo, entender a razão pela qual cerca de vinte por cento da população mundial consome compulsivamente e os restantes oitenta por cento vivem com carências, em muitos casos profundas. A igualdade da sociedade pós-moderna não pode ser apenas política. Tem de ser também económica e sobretudo deve incorporar a dignidade como um valor imprescindível à vida humana, através do envolvimento dos indivíduos num processo de socialização que se projecte na solidariedade, identificando dessa

²⁷ Aristoteles. Ética a Nicomaco. Livro II.

forma a autêntica felicidade que está para além do bem-estar e da satisfação, e que pertence ao espaço onde se estabilizam as solidariedades de grupo, igualmente responsáveis pela sua manutenção.

1.3. Será o consumidor responsável pelos seus actos de consumo?

(...) E o consumo é muito mais que um momento da cadeia de actividade económica - produção, troca, distribuição e consumo, é inclusivamente muito mais que um meio de sobrevivência. É uma forma de relacionamento dos seres humanos, que trocam presentes, vão juntos ao cinema ou a um concerto. É uma forma de comunicar a mim própria e aos restantes que triunfei na vida e por isso tenho um Mercedes ou compro roupa Valentino, que não fracasei como os outros. É uma forma de demonstrar aos presunçosos vizinhos, colegas, conhecidos que sou pelo menos igual a eles (...). E é, não somente no final mas desde o início uma forma de sentir-me mal quando percebo que uma parte da humanidade não pode escolher nada disto. Não pode sequer eleger bens de consumo para sobreviver.”²⁸

Caracterizar a sociedade de consumo do ponto de vista do próprio consumo, não é apenas dizer-se que estamos em presença de pessoas que consomem. Efectivamente consumir faz parte das características observáveis em todas as sociedades, independentemente do período temporal em análise. Por outro lado, o facto de na sociedade de consumo se consumir produtos que estão disponíveis num mercado organizado para a criação e desenvolvimento de hábitos de consumo, ou mesmo, consumo compulsivo, não será suficiente para caracterizar a sociedade de consumo. Para iniciar a caracterização da sociedade de consumo é necessário compreender que a sua essência se estabelece como a dinâmica central da vida social, especialmente no que se refere ao consumo de produtos não essenciais à sobrevivência humana que conduzem à formação de um carácter social consumista, através do crescente consumo de produtos como actividade habitual, excluindo-se a necessidade de qualquer justificação simplesmente porque é uma actividade constituinte dos padrões sociais.

²⁸ (...) Y es que el consumo es mucho más que un momento en esa cadena de la actividad económica “producción, intercambio, distribución, consumo”; es incluso mucho más que un medio de supervivencia. Es una forma de comunicarme a mí misma y a los demás que he triunfado en la vida por eso llevo un Mercedes o compro la ropa en Valentino, que no he fracasado como otros. Es una forma de demostrar a los presuntuosos vecinos, colegas, conocidos que soy por lo menos igual que ellos (...). Y es, no sólo al final, sino desde el comienzo, una forma de sentirme mal cuando percibo que la mayor parte de la humanidad no puede elegir nada de eso. No puede siquiera elegir los bienes de consumo para sobrevivir. P. A. Cortina. Por una Ética del Consumo. P. 13.

Segundo A. Cortina, (...) “nas sociedades consumistas a - meta da economia - não consiste em criar riqueza social para um melhor desenvolvimento das capacidades dos seus membros, nem tampouco para satisfazer as suas necessidades, mas para incrementar a oferta de bens e serviços. As empresas podem não criar postos de trabalho e deixar insatisfeitas necessidades básicas da população, mas não podem deixar de produzir bens e serviços novos, entre outras razões porque a dinâmica social faz com que os concorrentes façam o mesmo.”²⁹

É pouco sustentável o argumento segundo o qual as empresas actuam no mercado tendo em conta as necessidades dos consumidores. De facto, as empresas actuam num mercado concorrencial e a orientação das suas acções é conduzida pela pressão da competição que está presente em todos os agentes de produção. Na sociedade de consumo, o espaço é predominantemente preenchido pela abundância. Sempre que existe algum condicionamento, a sua ocorrência é desencadeada por combates concorrenciais, que por vezes atingem o consumo. Todavia, o consumo é parte integrante do processo produtivo empresarial, sendo sofisticadamente orientado por uma abundância produtiva, estrategicamente planeada para actos de consumo, que se cristalizam em hábitos de consumo.

A abundância resultante do processo produtivo desenvolve uma ligação profunda com a sociedade, local onde também se estabelecem metas políticas, quer através de discursos cujas temáticas fundamentais são construídas em torno da melhoria do nível de vida dos cidadãos, quer através da possibilidade de serem alcançados direitos, e talvez algumas capacidades circunscritas a uma relação quantitativa de bens de consumo que fazem parte habitual das “estatísticas do bem-estar”³⁰.

²⁹ (...) en las sociedades consumistas la “meta de la economía” no consiste en crear riqueza social para um mejor desarrollo de las capacidades de sus miembros, ni tampoco para satisfacer sus necesidades, sino en incrementar la oferta de bienes y servicios. Las empresas pueden no crear postos de trabajo y dejar insatisfechas necesidades básicas de la población, pero no pueden dejar de producir bienes y servicios nuevos, entre otras razones porque la dinámica social hace que las empresas competidoras estén intentando lo mismo”. A. Cortina. Por una Ética del Consumo. P.66.

³⁰ Pero también la meta política es en realidad ofrecer a los ciudadanos un nivel de vida más alto, nivel que, a pesar e los discursos sobre los bienes intangibles (derechos, capacidades), acaba concretándose en la renta per capita y en la cantidad de bienes de consumo que se recoge en las estadísticas sobre el bienestar. A. Cortina. Por una Ética del Consumo. P.66.

O discurso político, ao preconizar uma sociedade de bem-estar orientada para bens de consumo, torna-se mais um agente potenciador de actos de consumo, divulgando acções políticas centradas na possibilidade de consumo. No âmbito desta interactividade, os cidadãos respondem através do escrutínio político a matérias como economia e finanças, demonstrando que o êxito da comunidade política possui uma relação directa com o consumo de bens e serviços.

Uma forte característica distintiva da sociedade de consumo face aos anteriores modelos de sociedade consiste precisamente no consumo de bens, que não sendo necessários à subsistência dos indivíduos, possuem uma forte representação simbólica respondendo assim a diferentes motivações psicológicas. Determinar a existência de responsabilidade dos consumidores perante os seus actos de consumo, coloca-nos perante a necessidade de entender a razão pela qual as motivações psicológicas tornam estes actos de consumo compulsivos e presentes em consumidores permanentemente insatisfeitos.

A. Cortina, procurando entender as motivações que orientam os actos de consumo, faz referência a um conjunto de disposições psicológicas potenciadoras de actos que norteiam a conduta consumidora, tais como: (...) aspiração de igualdade, procura de identidade, desejo compensatório, o desejo de segurança, a necessidade de experiências, e o desejo de novidades.”³¹ Considerando estes como os pontos cardeais da sociedade de consumo actual, A. Cortina introduz complementarmente um outro conceito, segundo o qual, o contexto da sociedade informacional sustenta-se na “convicção de que a actividade de compra desencadeia a felicidade em si mesma, como um bem de consumo em si mesmo valioso.”³² Esta noção poderá considerar-se como o epílogo das motivações que orientam os actos de consumo, contendo simultaneamente a redução do individuo a um plano instrumental, onde se assiste à radical transformação da essência humana com os elementos constitutivos do

³¹ (...) a aspiración a la igualdad, la búsqueda de identidad, el afán compensatorio, el ansia de seguridad, la necesidad de experiencias, el deseo de novedades(...). A. Cortina. Por una Ética del Consumo. P. 76.

carácter sujeitos a processos instáveis de acordo com as necessidades económicas ou produtivas. A felicidade perde o seu valor constante porque a sua ligação ao consumo não é reveladora de actividades autênticas realizadas de acordo com a excelência ética, como previa Aristóteles, razão pela qual conduzem à insatisfação e à infelicidade, motivando a repetição circular do acto de consumo.

1.3.1. Desigualdade económica: a chave da sociedade de consumo

A proclamação da igualdade dos seres humanos faz parte de uma agenda política que é também ideológica e refere-se, na sua essência, a direitos humanos inalienáveis. Mas existe uma outra igualdade, ou pelo menos o desejo de igualdade de quem, sendo desigual, ambiciona igualar-se aos que lhes são ligeiramente superiores. Esta atitude revela um sentido de justiça que sendo desenvolvido por comparação e percebido num contexto de desigualdade, acentua a razão da insatisfação. “A contradição entre o reconhecimento da igual dignidade, da igualdade política e a assombrosa desigualdade económica, são o motor potente da história que deve orientar-se no sentido de dissolver tal desigualdade, também no que se refere ao consumo”³³, diz-nos A. Cortina. Trata-se pois de atingir a legitimação da igualdade como factor decisivo da dignidade humana. A persistência na desigualdade económica retira consistência à igualdade no plano da dignidade e no plano da política, colocando em causa a cidadania. Por outro lado, são também as relações intersubjectivas que são afectadas num contexto de desigualdade económica, nomeadamente no que se refere às diferentes motivações de consumo.

O processo de formação da identidade através do consumo pode ter surgido como um acto espontâneo dos consumidores, percebido pelas empresas que rapidamente

³² (...) la convicción de que la actividad comprar es felizante por si misma, que es un bien de consumo en sí mismo valioso. A. Cortina. Por una Ética del Consumo. P.76.

³³ La contradicción entre el reconocimiento de la igual dignidad y de la igualdad política y la asombrosa desigualdad económica es un motor potente de la historia, que debe orientarse a disolver tal desigualdad, también en lo que se refiere al consumo. P.80.

perceberam a sua utilidade, oferecendo aos consumidores um conjunto de símbolos³⁴ em ligação com os produtos possibilitando a aquisição da identidade sonhada. A sociedade pós-moderna torna-se no local onde as identidades são pensadas, produzidas e desejadas, seleccionando estilos de vida. Nesta nova relação, o estilo de vida desenvolvido num plano de socialização organizado segundo sentimentos de classe, de grupos profissionais, ou mesmo de rendimento, são progressivamente desvalorizados, colocando-se a questão de saber se a eleição de um estilo de vida através de actos de consumo pode ser portador de uma identidade moral, contendo motivações de segurança ou de insegurança, de compensação ou de mudança.

O desenvolvimento do saber, presente na ciência e na técnica, encontra-se ao serviço das empresas, que apresentam capacidades únicas de criar novos produtos e projectar novos desejos no consumidor. Habilmente trabalhados pelas empresas, os desejos dos consumidores transformam-se na garantia de sobrevivência das sociedades pós-modernas. Uma vez satisfeitos os antigos desejos, novos desejos os substituem.

“Juntos, a inovação tecnológica e a obsolescência planificada, essa vida efémera de que os objectos estão feitos intencionalmente para durar pouco, a capacidade dos seres humanos de sonhar acordados, a imaginação plasmada agora nos objectos pode ser a potente alavanca que puxa pelo consumo indefinido”³⁵, refere A. Cortina ao comentar o modelo de consumo de massa que, fazendo uso de valores privados de conforto, de prazer, de utilidade funcional, coloca as qualidades técnicas e funcionais dos produtos como argumentos da sua própria obsolescência, gerando no individuo um sentimento permanente de insatisfação. Por outro lado, as acções presentes num acto de consumo têm por finalidade o objecto, pelo que a

³⁴ (...)nunca se consome um objecto por si próprio ou pelo seu valor de uso, mas em virtude mas do seu valor de troca/signo, quer dizer, em virtude do seu prestígio, do estatuto, da categoria social que confere. Para além da satisfação natural das necessidades, deve-se reconhecer no consumo, um instrumento de hierarquização social, e nos objectos um lugar de produção social das diferenças estatutárias” Gilles Lipovetsky. O Império do Efémero. P. 230.

³⁵ Junto a la innovación tecnológica y la obsolescência planificada, esa vida efémera de lo objetos que están hechos intencionadamente para durar poco, la capacidade de los seres humanos de soñar despiertos, la imaginación

acção em si mesma perde valor. A gratificação desloca-se do âmbito da acção e consolida-se nos actos de consumo adquirindo o valor de felicidade tão fundamental ao consumo.

A sociedade consumista, tal como a temos vindo a caracterizar, surge por volta dos anos 20 do século passado, quando novos modelos económicos³⁶ de produção e de gestão de empresas orientam todo os factores produtivos para a produção em massa de bens e serviços, prevendo-se igualmente nestes modelos o consumo em massa desses mesmos bens e serviços. Neste contexto, são os produtores quem determina o que se produz e o que se consome, sendo responsáveis tanto pelos níveis de produção como de consumo.

Os consumidores, enquanto agentes sociais igualmente protagonistas da vida económica, são dotados de uma soberania cuja decisão pode mostrar algum relevo. Segundo Adela Cortina são os consumidores que devem assumir a responsabilidade do processo económico, e num exercício de liberdade de consumo, responder às questões formuladas pela economia: o que produzir? para que se produz? quem decide o que produzir?³⁷

Esta alteração de modelo implicaria uma consciência de cidadania que, para ser bem-sucedida, teria de envolver na sua discussão a convergência de consumidores, agentes de produção e políticos, já que os agentes de produção também são consumidores, e os consumidores são, ou agentes de produção ou trabalhadores de uma qualquer produção. Em ambas as situações todos são cidadãos políticos de pleno direito, pelo que, suscitar o exercício de uma cidadania activa no plano económico, com consequências em matéria de co-responsabilização, seria a melhor forma para atingir um modelo depurado de insustentabilidades e contradições (como as que são vividas actualmente).

Mas se a actual cultura de consumo de massas representa o sustentáculo da produção de massas, volta a colocar-se a seguinte questão: quem representa e determina a vida

creadora plasmada ahora en objetos, puede ser una potente palanca humana de la que tira el consumo indefinido. A. Cortina. Por una Ética del Consumo. P. 85.

³⁶ Henri Ford e Frederick Taylor transformaram o modelo empresarial existente à época, introduzindo alterações tanto no modo de produção, no caso de Henri Ford, com no modo de administrar as empresas, no caso de Frederick Taylor. Da convergência de ambas as teorias resultaria a produção de massa.

económica, os produtores ou os consumidores? No actual contexto económico serão os consumidores cidadãos económicos?

1.3.2. O exercício da cidadania no acto de consumo

Há uma convergência evidente das diferentes teorias económicas do consumo, que atribuem ao consumidor uma inquestionável soberania enquanto actor social dono das suas decisões, e por conseguinte, informado das alternativas e consequências dos seus actos, ou seja, detentor exclusivo das circunstâncias em que ocorre a sua decisão de consumo.

Decorre das teorias microeconómicas um pressuposto fundamental para a actual sociedade de consumo, e que consiste no interesse próprio do consumidor, expresso por via da quantificação dos produtos consumidos, que conduz à premissa, segundo a qual, o objectivo do consumidor racional é maximizar o consumo. Esta premissa microeconómica contribui decisivamente para o aparecimento de teorias políticas que defendem o princípio do mercado livre e plural, ou concorrencial, e que representam ficticiamente o consumidor como um agente soberano que, decidindo o que consumir, decide de igual forma o produzir, tornando-se assim um agente determinante no maior ou menor sucesso das empresas.

A liberdade de consumo transforma-se numa expressão da democracia económica, e o exercício da política assume um carácter regulamentar e normativo perante o poder económico resultante desta relação. Adela cortina afirma a este propósito que:

“O consumidor comporta-se como um ser livre, que fazendo uso da sua soberania, deposita o seu *voto euro* num produto: vota por ele. E as empresas conquistam os votos dos consumidores com a qualidade dos seus produtos”.³⁸

Este paralelismo entre a cidadania exercida na acção política e o acto de consumo no plano económico, revela um princípio segundo o qual uma sociedade que incrementa ofertas

³⁷(...) qué se produce, para qué se produce y quién decide lo que se produce?. A. Cortina. Por una Ética del Consumo. P.122.

³⁸(...) o consumidor se comporta como um ser “libre” que, haciendo uso de su soberania deposita su “voto-euro” en un producto: vota por él. Y las empresas conquistan los votos de los consumidores con la calidad de sus productos. A. Cortina. Por una Ética del Consumo P.123.

de consumo fomenta a liberdade, valor mais elevado da sociedade moderna. Numa linguagem próxima da linguagem política, significa que o fundamental é assegurar o livre funcionamento do mercado, sempre em benefício do consumidor.

Mas a realidade confronta-nos com outro cenário. O consumo de determinados bens não é susceptível de ser alcançado por todos, logo, a liberdade de que se falava anteriormente fica comprometida. Na verdade, pode consumir quem financeiramente possui os meios para o fazer, o que significa portanto que a satisfação de necessidades e desejos corresponde à possibilidade de poder suportar os seus custos. Deste ponto de vista, o sistema económico responde unicamente às necessidades que podem ser custeadas, donde podemos concluir que a satisfação de necessidades ocorre apenas e só no âmbito de uma suficiência de recursos que assim o permite. Neste particular nunca é demais recordar que uma parte significativa da humanidade possui carências significativas, ao nível dos produtos mais elementares à sua sobrevivência, promovendo-se uma divisão do planeta entre países do norte e do sul, ou mais recentemente e em consequência do processo económico de globalização, ocidente e oriente. Em qualquer dos casos, um olhar atento diz-nos que uma parte dos países do planeta “consome mais do que necessita” e a outra parte “necessita mais do que consome”³⁹.

A soberania do consumidor é posta em causa, também junto dos consumidores que podem custear os seus próprios desejos, justamente porque as decisões de consumo são condicionadas por motivações exógenas que provêm de campos tão diferentes como: medo do fracasso, desejo de igualdade, problemas de segurança, de identidade, entre outros aspectos. A sociedade consumista desenvolve-se numa trama de desejos manipuláveis, e os consumidores não são agentes autónomos perante o processo de compra, porque a sua decisão é, como já vimos, condicionada, o que coloca em causa o processo de soberania do consumidor.

³⁹ El Norte consume más de lo que necesita y el Sur necesita más de lo que consume. A. Cortina. Por una Ética del Consumo. P.125.

A soberania do consumidor é ainda posta em causa quando o acto de consumo é observado pela perspectiva da produção. Deste ponto de vista, a relação entre produção e consumo é dirigida pela produção, que domina a totalidade do processo, incluindo o consumo. A economia do consumo, que serve de suporte teórico aos agentes produtivos, apresenta-se com uma única preocupação: expandir continuamente a produção. As empresas são bem-sucedidas se têm várias filiais no estrangeiro (os mercados nacionais tendem a perder valor devido à saturação que atingem), ou deslocalizam os seus processos produtivos. O motivo que desencadeia esta estratégia contínua de expansão da produção não é altruísta, como por vezes é feito crer, mas tem uma outra dimensão: o consumo!

É a necessidade de produção de massa que determina a existência do consumo de massa. A explicação para este facto é simples: os agentes de produção necessitam de produzir massivamente para atingirem custos de produção mais baixos. Todavia, o sucesso desta fórmula está indexado ao consumo, pelo que se torna necessário fomentar o consumo massivo. Mas, se o sucesso deste modelo económico depende do consumo, o consumo depende sobretudo do hábito inquestionável da sua prática.

É inegável o progresso alcançado ao longo de décadas em matérias que dizem respeito ao bem-estar e à satisfação dos consumidores. Contudo, o sistema económico actual tem-se debatido com um importante problema: que consequências esperar da redução do consumo?

A diminuição do consumo, a ocorrer, terá consequências inevitáveis na produção e no trabalho. Numa sociedade organizada em torno de uma estrutura social e económica que privilegia a produção por via do consumo, a falência de um dos elementos desta relação é inevitavelmente a falência do sistema que lhe serve de modelo.

1.3.3 Ética no consumo

“O consumo, como toda a actividade humana consciente, é expressão de liberdade e, por isso mesmo, entra por direito próprio no âmbito da ética,

no âmbito das acções que se elegem e que têm de ser, portanto, implícita e explicitamente justificadas”.⁴⁰

A acção presente num acto de consumo é uma acção consciente, e tal como qualquer outra acção consciente resulta de uma escolha determinada pela existência de liberdade. Por isso, o processo de escolha é consciente, e é “expressão de liberdade”, estando igualmente sujeito a uma hierarquia de valores onde essa selecção é realizada. Ora, tratando-se de uma acção consciente, o consumo possui uma justificação que responde pelas selecções que são feitas. A possibilidade de praticar acções diferentes obedece a uma estrutura moral na qual a liberdade, ou a necessidade de justificação e responsabilidade, são factores decisivos. O consumidor sendo soberano nas suas decisões e consciente das suas acções tem a possibilidade de decidir não consumir, ou consumir de uma forma e não de outra.

A. Cortina observa que “raras vezes as teorias éticas se interessaram expressamente pelo fenómeno do consumo que afecta a vida dos seres humanos radicalmente.”⁴¹

Neste sentido, importa retomar à seguinte questão: quem dirige a sociedade de consumo - os produtores ou os consumidores? A resposta a esta questão já foi parcialmente abordada. Contudo, importa formular uma conclusão que evidencie os agentes de produção como responsáveis em ambos os processos: produção e consumo. Mesmo quando é utilizado como argumento que a atitude do consumidor é decisiva para o sucesso dos produtos, e independentemente da veracidade deste facto, os produtos não surgem porque o consumidor assim o determina. A realidade demonstra-nos que são os agentes de produção quem domina o processo de desenvolvimento e implementação de produtos. Do que se trata sempre, é de dirigir desejos através de sofisticadas técnicas de comunicação. O acto de consumo pertence ao consumidor, mas anteriormente ao exercício desse acto existe um processo de indução que lhe é exterior. Com efeito, o interesse pelo consumo sempre pertenceu ao domínio de teorias

⁴⁰El consumo, como toda actividade humana consciente, es expresión de la libertad y, por eso mismo, entra por derecho próprio en el ámbito ético, en el ámbito de las acciones que se eligen y tienen que ser, por tanto, implícita o explicitamente justificadas. A. Cortina. Por una Ética del Consumo. P.179.

⁴¹(...)rara vez las teorías éticas se hayan interesado expressamente por un fenómeno como el del consumo que afecta a la vida de los seres humanos radicalmente. A. Cortina. Por una Ética del Consumo. P. 180.

relacionadas com o plano económico, como seja o caso do utilitarismo que concebe a moral fundamentada no princípio de maior felicidade, contextualizado em acções correctas, entendendo-se por acções correctas as que maximizam a utilidade total previsível. Na moral utilitarista, o prazer e a ausência de dor são estados desejados como fins, e o bem-estar entendido como fim último da vida humana tem desempenhado um papel importante no plano do consumo. “O hedonismo moderno procura o prazer através das emoções, criando imagens ou modificando imaginativamente a realidade.”⁴² O consumismo edificou-se através desta relação permanente entre ilusão e realidade, onde as novidades resultantes da convergência entre o saber científico e técnico são postas à disposição do consumo como experiência a viver, acentuando desta forma a legitimação da procura do prazer como algo bom em si mesmo.

⁴² O hedonismo moderno busca el placer a través de las emociones, creando imágenes o modificando

2. Ética e Democracia

2.1. Modelos Teóricos: Aristóteles em Adela Cortina

“A ética, num primeiro sentido, tem por tarefa mostrar-nos como deliberar bem com o objectivo de fazer boas escolhas. (...) Não se trata apenas de escolher bem um caso concreto, mas ao longo da nossa vida. Por isso a ética convida desde as suas origens na Grécia a “preparar um bom carácter”, para fazer boas escolhas (...).⁴³

Esta interpretação de A. Cortina respeita o modelo da ética aristotélica, segundo o qual, o sentido ético pode ser entendido como um processo de tomada de decisão que diz respeito ao concreto, nomeadamente ao desempenho das actividades que o homem promove ao longo da sua vida e que determinam o seu modo de vida, numa relação em que, o agir é entendido num horizonte prático onde a felicidade do individuo é a causa final da acção.

Aristóteles pensa a ética como um saber orientador no âmbito de um processo de tomada decisão. Segundo o modelo aristotélico, as acções “ involuntárias” geram-se por “coacção” ou “ignorância”. Quando geradas por “coacção” o motivo que as determina é extrínseco ao princípio formador da acção, e o agente que a pratica não contribui para a sua formação. Em oposição, as acções “voluntárias” encontram o seu princípio motivador no próprio agente, pelo que a prática de boas ou más acções pertence-lhe pela totalidade, isto é, ocorrem em função da sua decisão. Mas o voluntarismo que possa existir no agir não exclui, segundo Aristóteles, a possibilidade de se formarem acções mistas – acções segundo as quais existe alguma controvérsia quanto ao seu princípio motivador. Diz-nos Aristóteles: “na verdade, são escolhidas no momento em que são praticadas e o fim da acção é determinado de acordo com a ocasião e a oportunidade do momento. As características do ser “voluntário” e “involuntário” só podem ser determinadas em função do tempo em que a acção é

imaginativamente la realidad. A. Cortina. Por una Ética del Consumo.P.187

⁴³La ética, en un primer sentido, tiene por tarea mostrarnos cómo deliberar bien con objeto de hacer buenas elecciones. (...)no se trata sólo de elegir bien en un caso concreto, sino a lo largo de nuestra vida. Por eso la ética invita desde su orígenes en Grecia a *forjarse un buen carácter*, para hacer buenas elecciones, como indica el significado etimológico del término “ética”. A. Cortina. Ética de la Empresa. P.18.

executada”.⁴⁴ Todavia, o princípio da responsabilidade das acções, quer sejam praticadas voluntária ou involuntariamente, pertence ao agente que as pratica, independentemente das circunstâncias particulares em que ocorrem. Porém, relativamente às acções mistas, pelo facto de possuírem um componente voluntário e outro involuntário, a responsabilidade do agente recai sobre o componente voluntário da acção.

Subjacente à prática das acções anteriormente definidas que formam o essencial do processo de tomada de decisão, encontra-se a formação do carácter, que determina não só a decisão, mas também a possibilidade da acção em si, num processo anterior à própria decisão.

Aristóteles considera a decisão de uma forma dúplice: ela é simultaneamente um acto que pertence ao próprio indivíduo que a pratica, mas também um meio para atingir um fim pelo qual se anseia. Segundo Aristóteles, para que a decisão seja boa, e tomando a decisão como um acto voluntário, é necessária a existência de um sentido orientador no âmbito do um processo de pensamento que Aristóteles designa por “saber deliberar”.

(...) Nós deliberamos sobre aquelas coisas que nos dizem respeito e que dependem de nós, a saber, sobre as acções que podem ser praticadas por nós. São estas as que restam para podermos deliberar. As causas [responsáveis pelos acontecimentos] parecem ser a natureza, a necessidade, o acaso, bem como o poder de compreensão e tudo o que acontece através do Humano”.⁴⁵

Para Aristóteles, o homem delibera sobre matérias em que ele próprio está envolvido, e que, portanto, dependem de si, pelo que deliberar pressupõe uma reflexão sobre os melhores meios para atingir o fim almejado, mas não sobre o fim, isto é, o fim nunca está em causa, conforme se observa na seguinte passagem:

“Parece, por conseguinte, (...) ser o Humano o princípio das acções e que a deliberação tem como objecto as acções susceptíveis de serem praticadas pelo próprio. Assim, o fim não poderá nunca ser objecto de deliberação, apenas o são os meios em vista da sua obtenção”.⁴⁶

Saber deliberar para tomar decisões que conduzam a boas acções, constitui em Aristóteles a excelência, uma disposição de carácter que A. Cortina incorpora na sua filosofia

⁴⁴ Aristóteles. Ética a Nicómaco. Tradução de António de Castro Caeiro. P.66

⁴⁵ Aristóteles. Ética a Nicómaco. Tradução de António de Castro Caeiro. P.72.

ao afirmar que, “o carácter que um homem tem é decisivo para a sua vida porque, mesmo que os factores externos o condicionem num sentido ou noutro, o carácter, desde que assumido, é o centro último da decisão”.⁴⁷ Há neste pensamento de A. Cortina uma autonomia da acção resultante de uma visão aristotélica, segundo a qual, a decisão que dispõe o indivíduo para a prática de determinada acção encontra-se em princípios motivadores pertencentes ao próprio indivíduo.

“Desde a sua origem grega, à ética cabe distinguir o mundo humano entre “temperamento” (*pathos*), constituído por aqueles sentimentos e atitudes com que se nasce e que não se podem modificar (a dimensão passiva da pessoa), e o “carácter” que cada um vai forjando, o modo de ser de que cada um se vai apropriando ao longo da sua vida ao fazer sucessivas escolhas num sentido”.⁴⁸ A. Cortina, ao introduzir a “dimensão passiva” da atitude humana, introduz de forma implícita a dimensão social como elemento crítico na formação do carácter do indivíduo. Disposições genéticas e contexto social serão pois, a herança com que os homens criam o seu próprio carácter. A. Cortina debate a formação do carácter como um processo inerente ao próprio indivíduo, assumindo igualmente tratar-se de uma necessidade, cuja escolha pertence ao domínio da (...)“liberdade” num primeiro sentido do termo e, uma vez que estamos “condenados” a ser livres, a ter de escolher, mais vale que nos esforcemos por fazer boas escolhas”.⁴⁹

Mas, se segundo Aristóteles, as acções são um meio para se atingir um fim, que fim se pretende alcançar?

⁴⁶ Aristóteles. Ética a Nicómaco. Tradução de António de Castro Caeiro. P.73.

⁴⁷ El carácter que un hombre tiene es decisivo para su vida porque, aunque los factores externos le condicionen en un sentido u outro, el caracter desde el que los asume es el centro último de decisión. A. Cortina. Ética de la Empresa. P.18

⁴⁸ Desde el origen griego de la ética cabe distinguiren el mundo humano entre el *temperamento* (*pathos*), constituído por aquellos sentimientos y actitudes con los que se nace y que no se pueden cambiar (la dimensión passiva de la persona), y el *carácter* que cada uno se va forjando, el modo de ser del que cada quien se va apropiando a lo largo de su vida al hace sucessivas elecciones en um sentido. A. Cortina. Ética de la Empresa. P. 19

⁴⁹ (...)llamamos libertad en un primer sentido de este término y, puesto que estamos “condenados” a ser libres, a tener que elegir, más vale que nos esforcemos por hacer buenas elecciones. A. Cortina. Ética de la Empresa. P.19.

Diz-nos Aristóteles que “na verdade, simplesmente completo é aquele fim que é sempre escolhido segundo si próprio e nunca como meio em vista de qualquer outro. Um fim deste género parece ser, em absoluto a felicidade. De facto, nós escolhemos sempre a felicidade por causa dela mesma, e nunca em vista de outro fim para além dela.”⁵⁰

A. Cortina segue este princípio ao referir que “uma configuração inteligente do carácter deve distinguir, em primeiro lugar, que meta queremos atingir com as nossas acções, qual é o fim que desejamos perseguir no conjunto da nossa vida”.⁵¹ O fim último sendo condicionado pelos modos de actuar que permitem alcançá-lo, deixa ao indivíduo a possibilidade de estabelecer objectivos que permitam orientar a acção segundo valores que se reflectem na conduta e nos modos de actuar, de tal forma que os mesmos se tornem espontâneos, fazendo parte da formação de carácter.

“Habituar-se a fazer boas escolhas” significa ser melhor e bem consciente dos fins últimos que se procuram, acostumar-se a fazer escolhas em relação a eles, e ter a capacidade suficiente para optar pelos meios mais adequados para os alcançar”.⁵² Este princípio enunciado por A. Cortina segue o modelo aristotélico que sujeita o princípio do agir à acção directa do humano, devolvendo o horizonte concreto da acção ao seu princípio.

Mas se Aristóteles nos apresenta as acções como “decisivas para a produção de qualidades das disposições permanentes de carácter”,⁵³ A. Cortina define a ética, em primeiro lugar, como um “saber prático” (...) preocupado em averiguar qual deve ser o fim da nossa acção(...),⁵⁴ pelo que, prossegue, “ ter consciência dos fins que se perseguem e habituar-se a escolher agir bem em relação a eles é a chave (...) de uma ética das pessoas e de uma ética das

⁵⁰ Aristóteles. *Ética a Nicómaco*. Tradução de António de Castro Caeiro. Pp. 30-31

⁵¹ Una configuración inteligente del carácter requiere percatarse en primer lugar de qual es la meta a la que queremos tender con nuestras acciones, cuál es el *fin* que deseamos perseguir en el conjunto de nuestra vida. A. Cortina. *Ética de la Empresa* P.19.

⁵² “Habitarse a hacer buenas elecciones” significa más bien ser bien consciente de los fines últimos que se persiguen, acostumbrarse a elegir en relación con ellos y tener la habilidad suficiente como para optar por los medios más adecuados para alcanzarlos. A. Cortina. *Ética de la Empresa* P.20.

⁵³ Aristóteles. *Ética a Nicómaco*. Tradução de António de Castro Caeiro. P. 49.

⁵⁴ (...) preocupado por averiguar cuál debe ser el fin de nuestra acción (...).A. Cortina. *Ética de la Empresa*. P.20.

organizações, muito especialmente, das empresas”,⁵⁵ acompanhando o sentido orientador da acção defendido por Aristóteles segundo o qual “o princípio da acção é a decisão (...), o princípio da decisão é a intenção de um cálculo dirigido para um objectivo final”.⁵⁶

Para as organizações, deve ser prioritário o estabelecimento de fins claros, uma vez que, estabelecer ou alcançar objectivos tem como condição de possibilidade os fins em vista, razão pela qual, o agir deve aqui ser entendido como a prática das acções submetidas a um sentido orientador, cujo fim foi previamente estabelecido. Esta acepção, embora construída na lógica do modelo aristotélico possui em relação a este uma divergência fundamental. No plano da ética organizacional, o próprio fim é escolhido e não apenas desejado, pelo que A. Cortina nos diz que (...) cada organização tem uma meta pela qual dirige todo o seu sentido; daí que seja mais importante determinar qual é a sua meta, a sua finalidade, e que os seus membros se esforcem por o alcançar (...),⁵⁷ ao passo que segundo Aristóteles, o fim apenas pode ser desejado e não escolhido.

A formação de carácter que ocorre no âmbito empresarial assume uma disposição diferente, face à formação de carácter que ocorre nos indivíduos, sobretudo devido à orientação do sentido da acção, que difere entre o individuo e a instituição. Se em relação ao individuo podemos falar num sentido cujo fim último é a felicidade, em relação ao colectivo o seu fim não é a felicidade, mas outro tipo de metas. A este propósito, A. Cortina chama-nos à atenção para o facto de (...) num grupo aparentemente feliz a felicidade pode estar distribuída entre os seus membros de forma desigual”.⁵⁸ Trata-se da concretização da perspectiva individual da felicidade, na expressão de A. Cortina, no sentido em que a mesma resulta do

⁵⁵ Ter conciencia de los fines que se persiguen y habituarse a elegir y obrar en relación con ellos es la clave (...) de una ética de las personas y de una ética de las organizaciones, muy especialmente, de las empresas. A. Cortina. Ética de la Empresa. P.20.

⁵⁶ Aristóteles. Ética a Nicómaco. Tradução de António de Castro Caeiro. P. 49.

⁵⁷ (...)cada organización tiene una meta por la que cobra todo su sentido; de ahí que sea más importante averiguar cual es su meta, su finalidad, y que sus miembros se esfuercen por alcanzarla (...) el sentido de las actividades viene de sus fines (...).A. Cortina. Idem. P.22.

⁵⁸ (...) en un grupo aparentemente feliz la felicidad puede estar distribuída entre sus miembros de forma bien desigual. A. Cortina. Ética de la Empresa.P.18.

esforço da acção humana seguindo um sentido orientador que se forma na prática de vida de cada um dos homens e que não possui correlação no colectivo.

Todas as organizações possuem uma legitimidade que corresponde à sua existência na sociedade, e que resulta do bem que proporcionam à sociedade que as acolhe, motivo pela qual o seu fim não é a felicidade, mas sim um fim social. O sentido das actividades protagonizadas pelas organizações é determinado pelas suas metas de acordo com a sua finalidade social.

Entre organizações e pessoas existe uma diferença emanada das suas próprias existências. A legitimidade de existência das organizações resulta do bem que essas mesmas organizações proporcionam às comunidades onde se inserem, enquanto as pessoas não necessitam de legitimar a sua existência. Mas se a legitimidade nas organizações é conferida pelo exterior e pelo bem que proporcionam, tal significa que o seu fim é inerente ao estabelecimento de metas que possibilitem a sua realização, nunca perdendo de vista que a legitimidade social que possibilita a sua existência pode desfazer-se.

2.2. Modelos Teóricos: Habermas em Adela Cortina

Adela Cortina define ética “como um tipo de saber que pretende orientar a acção humana num sentido racional”, considerando a existência de uma “diferença fundamental entre os saberes teóricos, contemplativos, para os quais não importa em princípio orientar a acção, e a ética, essencialmente um saber para actuar de modo racional”.⁵⁹

O saber ético, segundo A. Cortina, difere do saber técnico na medida em que o saber técnico se encontra circunscrito a momentos e contextos espaço-temporais definidos perante a necessidade de “obter um objecto ou conseguir um efeito determinado”.⁶⁰ Já o saber ético,

⁵⁹ (...) la ética es un tipo de saber de los que pretende orientar la acción humana en sentido racional ; es decir, pretende que obremos racionalmente. A diferencia de los saberes teóricos, contemplativos, a los que no importa en principio orientar la acción, la ética es esencialmente un saber para actuar de un modo racional. A. Cortina. Ética de la Empresa.P.17.

⁶⁰ (...) como para fabricar un objecto o conseguir un efecto determinado (...).A. Cortina. Ética de la Empresa.P.17

diz respeito a uma “actuação racional para o conjunto da vida”,⁶¹ constituindo-se como um saber prático cuja preocupação fundamental consiste em perceber “o que devemos fazer, como devemos orientar a nossa conduta”.⁶²

Entendendo a ética como um modo de saber racional presente na totalidade da vida, A. Cortina propõe a orientação racional da acção subordinada a dois princípios, a saber: tomada de decisões prudentes numa estreita correlação com a tomada de decisões moralmente justas. Assim “agir racionalmente significa, em princípio, saber deliberar bem antes de tomar uma decisão, a fim de realizar a escolha mais adequada e actuar segundo as nossas opções”.⁶³

A acção racional evocada por A. Cortina acompanha a teoria defendida por Habermas, segundo a qual “o discurso prático é visto como uma forma exigente da formação argumentativa da vontade que deve garantir unicamente em função dos pressupostos gerais da argumentação, a correcção (justiça) de todo o consenso normativo possível sob essas condições. O discurso pode desempenhar este papel graças às assunções ideais que os participantes têm, de facto, de fazer na sua prática argumentativa. (...) É possível conceber o discurso prático como um processo de comunicação que, pela sua forma, exorta todos os intervenientes a uma assunção simultânea dos papéis ideais.”⁶⁴

A. Cortina e Habermas consideram a racionalidade da acção humana como fundamento para o processo de decisão ética, e, segundo Habermas, apenas possível num contexto em que os diferentes sujeitos assumem consciência de si próprios num plano de reciprocidade de relações com o outro, no qual se concretiza a formação da autoconsciência mediante a acção comunicativa.

⁶¹ (...) actuar racionalmente en el conjunto de la vida (...).A. Cortina. Ética de la Empresa.P.17

⁶² (...) a los que importa discernir qué debemos hacer, cómo debemos orientar nuestra conduta. A. Cortina. Ética de la Empresa.P.18

⁶³ Obrar racionalmente significa, en principio, saber deliberar bien antes de tomar una decisión con objeto de realizar la elección más adecuada y actuar según lo que hayamos elegido. A. Cortina. Ética de la Empresa.P.18

⁶⁴ J. Habermas. Comentários à Ética do Discurso.P.17

Habermas, através de uma reflexão crítica sobre “a filosofia do espírito de Hegel em lena”, estabelece a distinção entre racionalidade teleológica e racionalidade simbólica. Segundo esta análise, a acção comunicativa apresenta-se como um processo de formação do espírito autoconsciente, perante o qual a racionalidade pode ser entendida segundo um movimento dialéctico que compreende a linguagem como uma relação natural do sujeito com a natureza e que se constitui na representação simbólica desta. Mas a racionalidade desenvolve também a consciência de uma “astúcia” proveniente dos instrumentos que dominam a natureza. Estes dois processos, distintos entre si, convergem numa relação em que o sujeito se submete à natureza pela criação de simbologias expressas através da linguagem, no agir comunicativo, mas incorpora também a acção instrumental da racionalidade presente na consciência “astuta”, que através de instrumentos e processos próprios, desenvolve modos de superação da própria natureza, exercendo sobre ela o seu domínio.

Nas sociedades capitalistas, a expressão da racionalidade presente na consciência “astuta” fomenta o desenvolvimento da técnica e a sua aplicação nas formas de vida. O tecido social passa a estar sujeito a decisões que obedecem a padrões racionais de organização e instrumentalização das diferentes acções do sujeito. A intensa e progressiva racionalização gerada no interior das sociedades capitalistas, promovem a legitimidade técnica e científica, utilizando o argumento do progresso e do bem-estar social, submetendo desta forma o agir humano à acção instrumental da tecnociência.

Segundo Habermas, as regras técnicas resultantes da legitimidade técnica e científica formam-se segundo condições de comunicação linguística, e nessa medida, uma forma de vida racional apresenta-se como um processo de reflexão sobre os diferentes modos pelos quais é possível desenvolver uma determinada acção, avaliando simultaneamente os resultados dessa mesma acção. “Quem não reflecte antes de actuar sobre os distintos cursos da acção e seus resultados, quem não avalia qual deles é mais conveniente, e quem por último actua contra a

decisão que ele mesmo reflectidamente tomou, não age racionalmente”⁶⁵, afirma A. Cortina. Esta acção de reflexão defendida por A. Cortina como fundamental para uma forma de vida racional, converge com o pensamento de Habermas no plano universal, segundo o qual, “a função da pragmática universal é identificar e reconstruir condições universais de possível compreensão mútua. Noutros contextos, fala-se igualmente em pressupostos gerais de comunicação, embora, pessoalmente preferamos falar em pressupostos gerais de acção comunicativa, visto que encaramos como fundamental o tipo de acção que é adoptado com o objectivo de se conseguir entendimento.”⁶⁶

A reflexão proposta por A. Cortina no âmbito das distintas possibilidades pelas quais uma acção pode ser desencadeada processa-se no contexto da acção comunicativa, cujo objectivo visa alcançar o entendimento que constitui a base relacional profunda da interacção social. Mesmo perante relações de conflitualidade ou de competitividade geradas no campo de acção de determinados comportamentos, e nesse mesmo contexto, podem desenvolver-se estratégias cuja finalidade consistirá em atingir o entendimento, anulando ou revendo os pontos de desacordo. Porém, Habermas considera que a intersubjectividade torna-se precária quando o papel da consciência do Eu deixa de ter o outro como reflexo de si mesmo, e em sua substituição ergue-se um modelo que coisifica o outro. Por esta via, são expostas as fragilidades de uma consciência moral que valoriza actos e estipula a mediação entre o aceitável e o inaceitável do agir humano, que se vê confrontada com um agir que apenas exige adequação às normas técnicas. Este ambiente esvazia a relação intersubjectiva, algo muito presente nas sociedades capitalistas, como refere A. Cortina quando aborda o sistema político dominante nas sociedades capitalistas⁶⁷, ou quando se refere criticamente ao consumo como

⁶⁵ Quien no reflexiona antes de actuar sobre los distintos cursos de acción y sus resultados, quien no calibra cuál de ellos es más conveniente y quien, por último, actúa en contra de la decisión que él mismo reflexivamente ha tomado, no obra racionalmente. A. Cortina. *Ética de la Empresa*. P.18.

⁶⁶ J. Habermas. *Racionalidade e Comunicação*. P.9.

⁶⁷ A. Cortina. *Ética sin Moral*. Pp.258-270.

um lugar de criação de identidade, numa formação social que observa o consumo como um espaço de socialização⁶⁸.

Habermas, ao defender a formação da razão humana no âmbito do processo comunicativo, invalida a possibilidade de existência de normas morais fora do processo comunicativo, uma vez que, segundo o modelo defendido pela ética do discurso, apenas os indivíduos afectados pelas normas podem decidir quanto à validade das mesmas.

Assim, se o processo de comunicação vai assumindo diferentes fases no seu decurso, nas quais o entendimento está sempre presente, tal significa que a concordância é um elemento imprescindível no interior do próprio discurso. A acção comunicativa é interrompida sempre que as pretensões de validade não são satisfeitas, desenvolvendo-se então uma “nova definição da situação” sempre com o objectivo de atingir um entendimento, desta feita a um nível diferente, conservando, contudo, a finalidade a que se encontra sujeito o acto de comunicação. Neste contexto, desenvolve-se uma reavaliação da situação com base na experiência que, revê e reorganiza os argumentos por forma a produzir uma outra acção, dando forma ao ambiente necessário para que a condição de pretensão de validade seja aceite.

A. Cortina considera a ética do discurso, por princípio, deontológica, “porque não se ocupa directamente da felicidade nem das consequências, mas apenas mostra como a razão humana disponibiliza a si própria um procedimento para decidir que normas são moralmente correctas: estabelecer um diálogo com todos os afectados por essas mesmas normas que termine num acordo, motivado não por razões externas ao diálogo, mas porque todos estão convencidos da racionalidade da solução”⁶⁹.

⁶⁸ A. Cortina. Por una Ética del Consumo.Pp. 64-74.

⁶⁹ La ética discursiva es, en principio, deontológica porque no se ocupa directamente de la felicidad ni de las consecuencias, sino de mostrar cómo la razón humana sí ofrece un procedimiento para decidir qué normas son moralmente correctas: entablar un diálogo entre todos los afectados por ellas que culmine en un acuerdo, no motivado por razones externas al diálogo mismo, sino porque todos están convencidos de la racionalidad de la solución. A. Cortina. Ética de la Empresa.P.31.

A defesa deste modelo enfrenta um dos principais problemas gerados no seio do sistema capitalista: a desvalorização progressiva das tradicionais estruturas participativas, substituindo-as, numa lógica de racionalismo técnico, por estruturas institucionais representativas, cujo funcionamento tecnocrático impede o acesso do sujeito à validação das normas que o afectam.

A concepção moral gerada no interior do sistema capitalista e que se fortaleceu pela sua própria acção, desenvolveu um carácter próprio assente em dois princípios relacionados: a produção de riqueza e de bem-estar. Estes são os activos de um sistema que orienta o seu modo de agir pela razão de uma consciência “astuta” que domina pelos seus instrumentos próprios, apresentando-se ao serviço do homem, mas utilizando-o de forma instrumental para satisfação dos seus próprios fins. Perversão moral ou inversão do sentido, apenas uma transformação progressiva do capitalismo, tendo por base uma matriz ética que devolva ao individuo o sentido da sua própria existência, retirando-o dos diferentes processo de alienação a que o sistema económico e político o tem condenado, restituindo-lhe a consciência de si através do outro, tornará possível o respeito da humanidade perante si mesma. Considerando que a empresa é o elo dominante em todo o sistema económico de formação de identidade dos indivíduos, quer pela relações de trabalho, quer pela relações de consumo, cabe à empresa o papel principal de formação de um novo modelo económico, cujo carácter moral faça parte de uma concepção que apresente como pilar fundamental a ética, já que “são muitas e variadas as críticas às marcas morais do capitalismo, esse sistema aparentemente carente de moralidade, produto da perversão humana, que não põe a economia ao serviço do homem”,⁷⁰ afirma A. Cortina.

Mas, qualquer sistema possui agentes que corporizam a base de controvérsia do próprio sistema. O capitalismo não é excepção. Utilizando a crítica anterior como ponto de

⁷⁰ (...) han sido muchas y muy variadas las críticas a las lacras “morales del capitalismo”, a esse sistema aparentemente carente de moralidad, producto de la perversión humana, que no pone la economía al servicio del hombre. A. Cortina. Ética de la Empresa.P.55.

partida para retomar a ética do discurso, Habermas afirma: “como as morais estão moldadas à susceptibilidade dos seres vivos que se individualizam por acção da socialização, têm sempre de cumprir duas tarefas de uma só vez: sublinham a intangibilidade dos indivíduos, na medida em que reclamam igual respeito pela dignidade de cada um; protegem, em igual proporção, as relações intersubjectivas do reconhecimento recíproco, através das quais se preservam os indivíduos enquanto membros de uma comunidade. A estes dois aspectos complementares correspondem os princípios de justiça e da solidariedade”.⁷¹ A. Cortina defende, em linha com o pensamento de Habermas que “a ética tem sido a parte esquecida nos processos de racionalização económica moderna e é hora de fazer o teste, activando as virtualidades morais da economia capitalista, para que o horizonte da liberdade e da justiça exequíveis não se encerrem devido ao factualismo resignado”.⁷² Trata-se de uma proposta que compreende a transformação do capitalismo com base numa atitude de reflexão orientada para acções que correspondem às actuais exigências de justiça e de solidariedade, num contexto de experiências fundamentais para uma autonomia racional que se forma a partir da responsabilidade social.

Hoje, tal como no passado, as empresas têm uma ligação indiscernível com o sistema económico e político, pelo que a adopção de modelos éticos nos diferentes níveis de decisão provocará alterações no conjunto de um sistema que reclama um novo modelo organizativo. A. Cortina, numa visão particular da ética no plano da acção empresarial, e compreendendo a empresa como uma célula fundamental do tecido social, encontra, no processo de comunicação da ética do discurso, os fundamentos necessários para um novo relacionamento social que não se limita ao cumprimento de normas abstractas, requerendo para o efeito a participação dos sujeitos afectados pela normas, num processo em que o sujeito será determinado segundo valores por si mesmo definidos.

⁷¹J. Habermas. Comentários à Ética do Discurso. P.19.

2.3. A Formação do carácter democrático na actualidade: política, economia e sociedade

Um dos acontecimentos mais marcantes da modernidade tem lugar com o fim dos privilégios feudais e a promoção de uma nova classe – a burguesia, que se desenvolve num processo de autodeterminação centrado no progresso técnico-científico, com consequências na alteração do anterior paradigma económico e social. Esta alteração proporciona a formação de um novo sistema económico, o capitalismo, que surge alicerçado numa nova forma de produção de bens – a industrialização. A transformação do modo de produção favorece a desagregação de um conjunto de práticas colectivas, com repercussões definitivas na estrutura da social, e portanto, no modo de vida em sociedade. Consequência desta alteração, a governação projecta-se numa dimensão até então desconhecida, com o saber a assumir uma preponderância absoluta face a contextos governativos do passado. Governar passará a fazer parte de competências atribuídas a elites que se apresentam a votos para serem eleitas pelo povo. A democracia emerge como um modelo político de participação popular, relativamente ao qual os cidadãos participam na condução da vida pública mediante o poder conferido em voto às elites governativas.

No decorrer destas profundas transformações, diferentes correntes políticas se formam com o objectivo de dar suporte teórico a uma forma de governação que, necessitando de ser viabilizada por todos os cidadãos, é exercida por uma elite.

A. Cortina interpreta criticamente duas teorias que possuem abordagens distintas quanto à participação popular na governação. A primeira, a teoria elitista apresentada por Schumpeter, caracteriza a democracia como um “sistema institucional de gestão das decisões políticas, que realiza o - bem comum -, deixando o povo decidir por si mesmo as questões de litígio mediante a eleição dos indivíduos que irão congregar-se para levar a cabo a sua

⁷² (...)la ética há sido el lado olvidado en los procesos de racionalización económica moderna y es hora de hacer la prueba de activar las virtualidades morales de la economía capitalista, para que el horizonte de la libertad y de la justicia factibles no se cierre debido al resignado factualismo. A. Cortina. Ética de la Empresa. P.67.

vontade”.⁷³ Esta caracterização de democracia, segundo A. Cortina, possui conceitos “indefinidos” e talvez “indefiníveis”, tais como “a vontade do povo” e “bem comum”, pelo que, no fundamental, a teoria elitista representa conceitos vazios. Talvez este facto seja igualmente reconhecido por Schumpeter, que identificará a democracia como um método hábil de governação que proporciona aos políticos o uso de um jargão demagógico, permitindo-lhes ocultar verdadeiras responsabilidades. A democracia assim entendida será apenas um método, segundo o qual o povo desempenha um papel intermediário de suporte à criação de um executivo que fará a gestão da acção. Partindo deste princípio, o conceito de democracia poderá ser entendido como um método, cuja finalidade terá em vista a manutenção do equilíbrio social. Semelhante caracterização de democracia, dirá A. Cortina, conduzirá “os cidadãos a comportarem-se como consumidores que optam entre uns produtos e outros perante a oferta dos empresários; o *homo economicus* explica também a organização política.”⁷⁴ Trata-se, portanto, de uma indeterminação de papéis entre a governação e a economia e empresas. São várias as consequências desta permeabilidade, a mais grave das quais tem o seu enfoque no esvaziamento de um dos agentes sociais: o cidadão.

Ao pretender que a democracia seja a realização da vontade do povo, a teoria elitista revela algumas dificuldades em matéria de aplicação dessa decisão, já que resulta de um processo que não identifica necessariamente a vontade geral de que faz parte a grande maioria. Este é um problema presente nas sociedades democráticas ocidentais, nas quais as elites e as massas promovem a aceitação ou rejeição de líderes, recorrendo ao processo de soberania e utilizando os resultados económicos como condição de possibilidade para o seu sucesso. Fundamentalmente trata-se de uma teoria, cujo carácter resulta da conjugação de elementos tão distintos como elitismo e democracia, pelo que, entendida desta forma, a

⁷³ (...) sistema institucional de gestación de las decisiones políticas, que realiza el bien común, dejando al pueblo decidir por sí mismo las cuestiones en litigio mediante la elección de los individuos que han de congregarse para llevar a cabo su voluntad”. J. A. Schumpeter, *Capitalismo, socialismo y democracia*. P. 321, in A. Cortina. *Ética sin Moral*. P. 259.

⁷⁴ Los ciudadanos se comportan como consumidores que opta ante unos productos u otros, ante las ofertas de los empresarios; el *homo oeconomicus* explica también la organización política(...). A. Cortina. *Ética sin Moral*. P. 261.

democracia expõe uma perspectiva de desigualdade que contraria a sua essência igualitária. Nesta tensão podemos encontrar o fundamento para a apatia do povo que, ao assumir passivamente o papel de “massa”, abdica do ideal de autonomia individual legitimador da democracia, comprometendo deste modo as suas próprias competências eleitorais. A vida social, de acordo com a teoria elitista, é interpretada segundo o modelo económico de cariz capitalista, que será sempre frágil e problemático, afirma A. Cortina, na medida em que não pode constituir a essência permanente dos homens.

Situada noutro quadrante, a teoria participativa apresenta-se disponibilizando um conjunto de propostas que fazem parte da tradição democrática, destacando-se a participação na organização da vida social que possibilita ao individuo o exercício da sua capacidade auto-legisladora. Apenas tomando parte das decisões que orientam a vida pública (...) o homem é capaz de atribuir a si mesmo as suas próprias leis (...) ⁷⁵, refere A. Cortina. Somente o exercício de uma participação activa, quando decide quem governa, confere ao individuo a possibilidade de livremente fazer escolhas que lhe garantam a possibilidade de dirigir a sua própria vida.

Seguindo este conceito, a defesa da teoria participativa fundamenta-se na capacidade para produzir efeitos ao nível das qualidades individuais e das características psicológicas dos indivíduos, com importantes repercussões nas instituições que fazem parte do quotidiano dos próprios indivíduos, isto é, abrangendo o todo comunitário. Apresentando uma profunda relação com o pensamento de Rousseau, para quem (...) um sistema ideal é o que desenvolve a acção responsável através do exercício participativo ⁷⁶, a teoria participativa destaca igualmente o benefício do envolvimento do cidadão na vida social. Ao tornar-se participativo, o cidadão assume agir para além do seu próprio interesse passando a considerar o interesse geral, manifestando desta forma o seu sentido de justiça. Por outro lado, a participação promove no individuo o sentimento de ser senhor de si mesmo em consequência dos

⁷⁵ (...) o hombre es capaz de darse a sí mismo sus propias leyes (...). A. Cortina. Ética sin Moral.P. 262.

⁷⁶ (...) un sistema ideal es el que desarrolla la acción responsable a través del ejercicio participativo. A. Cortina. Ética sin Moral. P. 263.

compromissos alcançados se apresentarem bons para si e para a comunidade a que pertence. Trata-se do exercício da cidadania.

Perante a possibilidade de se poder comparar as duas teorias, a teoria participativa e a teoria elitista, somos remetidos para um ponto fundamental: de acordo com a teoria participativa, o equilíbrio social não está em causa, dado que a forma de vida individual é incorporada pela própria comunidade, colocando em evidência o sentido de responsabilidade e de justiça do indivíduo num contexto de auto - determinação. Já em relação à teoria elitista, o contexto de desigualdade vivido no interior da sociedade será causa de desequilíbrios e de relações sociais instáveis. Diz-nos a este propósito A. Cortina que, “a democracia participativa não é, pois, um meio para outra coisa, senão uma forma de vida em si valiosa”.⁷⁷

Recentemente, a teoria elitista descrita por Schumpeter surge envolvida numa tentativa de normalização, apresentando-se como fundamento de programas autoritários, num complexo fenómeno de características politico-culturais, cuja afirmação se faz sentir predominantemente no campo económico. Eis o neoconservadorismo. De postura reactiva, consequência dos diversos problemas relacionados com o desenvolvimento económico que constitui a realidade das principais potências mundiais, o neoconservadorismo desenvolve na sua génese a recusa pela teoria participativa, que na segunda metade do século passado terá constituído o fundamento necessário, mesmo para os actuais defensores da teoria elitista, para o bloqueio dos modelos políticos de carácter totalitário.

Um dos fundamentos acentuadamente divulgados e que sustentam a posição dos neoconservadores prende-se com o facto de ser feita uma leitura política das crises do sistema económico que identifica como causa das crises a ingovernabilidade das sociedades em consequência de um modelo democrático inspirado na teoria participativa. De tal forma o neoconservadorismo está interessado em provocar a extinção do modelo participativo, que chega a propor, como solução para a causa das crises, a secundarização ou mesmo a anulação

da formação pública da vontade que possa servir de suporte às decisões públicas. Esta atitude é o grande catalisador das decisões políticas impostas, contudo anunciadas como democráticas porque deliberadas politicamente por uma elite governativa sufragada pelo voto popular.

A corrente neoconservadora inspirada pela teoria elitista, como já foi referido, assume a pretensão de tornar a democracia um sistema a que o povo adere na qualidade de consumidor que abandonou o papel de cidadão. As consequências desta transformação já começaram a ser conhecidas, com o povo a assumir o papel de agente passivo, ausente da participação, e não raras vezes, manifestando alguma dificuldade na formação da sua opinião. Os *media* têm-se revelado o meio privilegiado para alcançar esse fim, levando os cidadãos a comportarem-se como espectadores, ou como consumidores do mercado político, no qual actuam políticos cujo comportamento se assemelha a empresários, fazendo da democracia um mercado e do voto uma competição nesse mesmo mercado.

Mas, uma interpretação da democracia que reduza a sua essência a um processo destinado a eleger representantes governativos, produz efeitos na vida social, alterando o seu próprio sentido enquanto forma de organização social que na sua concepção deve compreender muito mais do que um sistema de eleição de representantes das massas.

Segundo A. Cortina, não é democracia real (...) a realizada até agora, mas as realizações que contam com os conceitos, que, em último lugar, se usam para legitimá-las⁷⁷. Se a democracia se afirma no mundo ocidental como uma forma de organização superior, tal deve-se ao facto de existir na sua essência uma argumentação que privilegia o homem enquanto tal, combinando a capacidade económica e a capacidade auto - legislativa, que se constituem como alicerces de protecção perante outras formas de governação e outros regimes. A democracia não tem sido uma realidade, refere A. Cortina, uma vez que (...) nenhuma das

⁷⁷ La democracia participativa no es, pues, un medio para otra cosa, sino una forma de vida en sí valiosa. A. Cortina. Ética sin Moral. P. 264.

realizações da democracia tem respeitado e potenciado o carácter autónomo de todos e cada um dos seus cidadãos, mas isso não significa que a democracia legítima, a democracia real, deixe de ser a que se propõe atingir esse objectivo”.⁷⁹ Para que tal possa acontecer será necessário promover as bases desta mudança no interior da própria democracia. A projecção de um novo carácter democrático deverá ocorrer considerando o papel fundamental do “homem económico”, atendendo sobretudo à multiplicidade de interacções que se desenvolvem no âmbito da sua acção social, promovendo uma reflexão que possibilite a convergência de diferentes competências e preocupações para a obtenção de decisões responsáveis.

2.3.1. A autodeterminação individual nas sociedades democráticas

A principal dificuldade para a prática da democracia real consiste no facto de estarmos em presença de um sistema que em si possui algumas contradições susceptíveis de alterar os fundamentos iniciais do sistema democrático. A estrutura democrática possui vários axiomas em contradição, tais como, participação, igualdade, cidadania, comunidade, individualismo – que se manifestam através de várias instituições, em que os conceitos fundamentais têm origem na própria democracia. Tratando-se de instituições cuja existência se encontra subordinada à massificação social, inevitavelmente acabaria por surgir um conjunto de contradições que condenam a democracia a ser o governo de todos; um exercício que ocorre em sociedades de massa sempre protagonizado por uma minoria. Esta contradição tão explícita e presente em todo o processo democrático conduz-nos à seguinte questão: qual o papel do individuo e da sua capacidade para a autodeterminação nas sociedades democráticas?

⁷⁸ (...) la realizada hasta ahora, sino las realizaciones contando con los conceptos que, en último término, se usan para legitimarlas. A. Cortina. Ética sin Moral. P. 267.

⁷⁹ (...) ninguna de las realizaciones de la democracia há respetado y potenciado el carácter autónomo de todos y cada uno de sus ciudadanos, pero eso no significa que la democracia legítima, la democracia real, deje de ser la que se propone semejante meta. A. Cortina. Ética sin Moral. P. 267.

Os mecanismos de autodeterminação possuem em si um princípio de contrariedade em matéria de contexto social. Considerando o indivíduo como a unidade essencial da democracia, a sua afirmação ocorre através das múltiplas corporações que o representam, pelo que, a sua integração no sistema processa-se através do colectivo, sendo esta também, uma forma de protecção e defesa de interesses. Ora, ao estabelecer alianças com outros que se encontram em semelhante situação, o indivíduo auto-legislador dissolve-se na corporação, que passa a desempenhar o papel central nos diferentes processos de negociação. A observação deste processo sugere que se questione a formação do *ethos* democrático.

Segundo A. Cortina, “uma das descobertas nucleares da modernidade é o carácter auto - legislador dos indivíduos, talvez encontrar no nosso tempo o carácter não possa plasmar-se na vida social senão através do que chamamos um “*ethos* dialógico” que coincidiria com o “*ethos* democrático”.⁸⁰ A. Cortina assume desta forma a defesa do carácter auto - legislador do indivíduo, destacando-o como um dos argumentos fortes do sistema democrático numa observação clara da possibilidade de todos os indivíduos poderem obter as suas próprias leis, desde que a decisão sobre as mesmas possa ser conjunta. Tal facto supõe a necessidade de se estabelecer um diálogo que terá por objectivo atingir o necessário entendimento possibilitador da compreensão mútua de diferentes pontos de vista. Trata-se de assumir pelo diálogo decisões que pertencem a um grupo, a uma comunidade e que a todos afecta, razão pela qual a deliberação tomada não deve ser exclusiva de um grupo.

Acompanhando o pensamento de A. Cortina, a atitude dialógica será a atitude dos indivíduos que reconhecem em si mesmos e nos restantes que formam a sua comunidade, interlocutores válidos no âmbito de um processo de comunicação que, através do diálogo, procura o entendimento e compreensão mútua relativamente a decisões que a todos afectam. Neste sentido, a participação deverá ser entendida como algo mais do que o direito ao voto.

⁸⁰ Si uno de los descubrimientos nucleares de la modernidad es el del carácter autolegisladorde de los individuos, es tal vez hallazgo de nuestro tiempo el de tal carácter no puede plasmarse en la vidasocial si no es a través de lo que llamamos un “*ethos dialógico*”, que vendría a coincidir com el *ethos* democrático. A. Cortina. Ética sin Moral. P. 270.

“O que legitima uma decisão não é, simplesmente, que se tome por maioria, porque uma decisão maioritária pode defender interesses particulares, tanto como uma decisão minoritária”⁸¹, diz-nos A. Cortina, destacando que “a legitimidade de uma decisão resulta da participação de todos os interlocutores válidos e é o resultado de um processo de comunicação que se estabelece por via do diálogo, com participação alargada a todos quantos são afectados pela decisão. No caso de estarmos em presença de estruturas sociais complexas que inviabilizem a participação de todos os envolvidos, a participação faz-se “(...) através de autênticos representantes dos seus interesses”.⁸²

2.3.2. Capitalismo: uma tendência transformadora

Se na modernidade, a actividade económica esteve fortemente ligada à ordem institucional tradicional, com o capitalismo tudo se altera. A economia passa a desempenhar a sua superior influência perante a totalidade das relações sociais determinando o âmbito da sua autonomia. Deve-se ao capitalismo e à sua força transformadora a alteração da tradicional organização do mundo. O capitalismo tornou-se progressivamente numa forma de organização da economia, exercendo a sua influência impulsionadora nos diferentes contextos de modernização e racionalização social, assumindo como meio para a sua própria afirmação a defesa da liberdade enquanto elemento preponderante pelo qual a sociedade haveria de projectar a sua orientação. Em causa estaria a necessidade de conquistar um “espaço” que, sendo livre, favorecia as actividades económicas.

O capitalismo, ao colocar o *focus* da sua acção na convergência de todos os meios que proporcionassem crescimento económico, favoreceu o desenvolvimento social, causando alterações definitivas nas estruturas de relacionamento social do passado. A par da liberdade, a justiça tornou-se um elemento fundamental para a construção de uma relação que

⁸¹ Lo que legitima una decisión no es simplemente que tome por mayoría, porque una decisión mayoritaria puede defender intereses particulares tanto como una decisión minotaria. Idem. Pp.270-271.

⁸² (...) a través de *auténticos* representantes de sus *interesses*. A. Cortina. Ética sin Moral. P. 271.

combinaria o económico e o social. Considerando esta perspectiva, o capitalismo terá sido, porventura, um dos maiores desafios que a humanidade criou a si própria. Trata-se de uma cultura e de uma civilização que emergem de desafios económicos, assumindo-os como razão da sua existência.

Ao intervir na campo social, o capitalismo altera profundamente o relacionamento humano. Surgem outras formas de relacionamento ético baseadas num princípio de autonomia que haveriam de contrariar o princípio da regulamentação social do passado inspirado em Deus e na religião. A sociedade que emerge com o capitalismo autodetermina-se na sua vontade e não se submete a nenhuma lei que não seja a sua, sempre tendo como orientação o mercado, local de interacção económica e social.

Constituindo-se como parte integrante do contexto cultural próprio da modernidade, o capitalismo incorpora no seu seio a capacidade de ser bem-sucedido em diferentes sociedades. A sua orientação para um fim que é o mercado dita-lhe o sucesso, e todas as barreiras culturais e mesmo civilizacionais não resistem à força impulsionadora do capitalismo, que alarga o processo de racionalização aos mais diferentes sectores da sociedade. Mesmo em estruturas sociais onde predomina um sistema cultural tradicional, pode observar-se a sua coexistência com a estrutura capitalista. A mais destacável referência a esta simultaneidade regista-se nos países asiáticos.

Refere a este propósito A. Cortina que, “seja qual for a resposta a dar ao problema das relações entre o pluralismo cultural e a economia moderna, uma teoria da modernidade tem de incorporar uma teoria do capitalismo e da empresa, e a partir daí (...) vincular a ética do capitalismo e da empresa com a da modernidade”.⁸³

⁸³ Sea cual fuera la respuesta que haya que dar al problema de las relaciones entre el pluralismo cultural y la economía moderna, una teoría de la modernidad ha de contar con una teoría del capitalismo y de empresa, y desde ahí (...) vincular la ética del capitalismo y de la empresa con la de la modernidad. A. Cortina. Ética de la Empresa. P.53.

⁸³ (...) que impulse y oriente diseños operativos que vayan corrigiendo los mecanismos que producen injusticia y dominación en las diversas esferas de la cada vez más compleja vida económica y empresarial. A. Cortina. Ética de la Empresa. P.55. la empresa, y desde ahí (...) vincular la ética del capitalismo y de la empresa con la de la modernidad. A. Cortina. Ética de la Empresa. P.53.

O capitalismo e a empresa, enquanto estruturas integrantes do processo de modernização com forte impacto nos diferentes contextos de relacionamento social, são por excelência os meios necessários para empreender compromissos éticos de relacionamento. A transformação social desencadeada pelo capitalismo é de tal ordem profunda que aniquilou as contradições relacionais geradas no seu interior, tornando o modo de produção capitalista um sistema sem alternativas. Quando as relações de conflitualidade entre trabalho e capital perdem dimensão, a empresa deixa de ser o lugar da luta de classes, tornando-se imprescindível o seu reenquadramento no novo contexto social de que faz parte. Objectivamente, o grande desafio social que se coloca actualmente ao capitalismo empresarial consistirá na resposta à questão: perante a ausência de interesses divergentes entre capital e trabalho, o que esperar do capitalismo empresarial?

Durante um largo período, as instituições privilegiaram diferentes aspectos de racionalidade em relação aos quais a moral foi desvalorizada. A expansão do capitalismo empresarial e a sua penetração em sociedades alicerçadas numa forte cultura tradicional terá constituído um facto relevante capaz de gerar no sistema capitalista diferentes níveis de interacção. A continuidade do sucesso do capitalismo e da empresa depende de uma dimensão ética (...) que impulse e oriente desenhos operativos que possam corrigir os mecanismos que produzem injustiça e dominam as diversas esferas da cada vez mais complexa vida económica e empresarial”,⁸⁴ salienta A. Cortina.

Falar em ética do capitalismo poderá parecer uma contradição, já que ao longo da sua formação, o capitalismo revelou por diversas vezes uma acção contrária a essa prática, fazendo da moral capitalista um meio para alcançar os seus próprios fins. Todavia na actualidade, as novas éticas que promovem a justiça económica objectivam a tendência transformadora do capitalismo, consolidando a ética como um dos seus pilares fundamentais.

⁸⁴ (...) que impulse y oriente diseños operativos que vayan corrigiendo los mecanismos que producen injusticia y dominación en las diversas esferas de la cada vez más compleja vida económica y empresarial. A. Cortina. Ética de la Empresa. P.55.

3. Ética da Responsabilidade

“Neste ponto, porém, deve-se recordar que apesar de tudo os factos já mencionados da crise ecológica e nuclear estratégica fornecem pela primeira vez algo assim como uma perspectiva da humanidade empiricamente condicionada para a construção da história eticamente relevante. À luz desta perspectiva a formação do homem aparece eventualmente em primeiro lugar enquanto irrupção do “homo faber” através das barreiras instintivas e por conseguinte através das barreiras dos sistemas de equilíbrio da vida animal; e enquanto problema central da situação ética do homem desde a formação do homem até hoje aparece a questão em torno da relação entre o “homo sapiens” e o “homo faber”: a questão de saber se o homem por meio da sua razão ética consegue compensar a sua constitutiva falta de instinto e responder ao desafio da situação que ele próprio causou enquanto “homo faber”.⁸⁵

Segundo Karl-Otto Apel, “a situação do homem é um problema ético para o próprio homem”, e é tomando consciência deste facto que na nossa época se assiste ao ressurgir de preocupações éticas que, substancialmente, possuem um enquadramento de forte oposição à condição política de outrora orientada, ou pela crença religiosa ou pela ideologia laica, a todos imposta.

O conceito de colectividade que exerceu uma forte influência sobre o individuo em múltiplos aspectos, designadamente, no plano cultural, entra num processo de supressão com o aparecimento das políticas totalitárias: fascismo e comunismo, ambos modelos políticos que impõem ao homem comportamentos semelhantes. O fim destes formatos políticos terá sido decisivo para a consolidação de uma nova configuração da acção humana que passou a incorporar o individualismo e a volatilidade de diferentes características sociais na comunidade humana. É neste contexto que se inicia uma nova abordagem técnica, que se difunde pelas empresas e alastra à generalidade do pensamento humano. A humanidade entra numa nova era onde a informação assume um veloz protagonismo que ultrapassa a vida do homem, estabelecendo-se como essencial na mudança de era.

Matérias tão distintas como ambiente e ecologia, biotecnologias e o relacionamento entre países do norte e países do sul, ou países desenvolvidos e países subdesenvolvidos para usar um conceito socioeconómico dos países do norte, são prioridades do discurso político

frequentemente assumidas como preocupações éticas, numa narrativa que mantém presente a sua ausência, e que se objectiva através de uma política incoerente e prejudicial ao debate democrático.

Segundo Habermas, “toda a moral universalista tem de compensar a perda de costumes concretos, tolerada em prol do ganho cognitivo e com o objectivo de se poder tornar eficaz do ponto de vista prático”⁸⁵, pelo que, só através da diversidade dos costumes, os homens podem entender-se quanto aos valores comuns, princípio essencial da acção política, e que tem como ponto de partida o entendimento que se constrói na intersubjectividade catalisadora das relações humanas. Contudo, a tendência progressivamente massificante quer da actividade política quer da actividade económica conduz à erosão calculada da diversidade dos costumes, numa clara impossibilidade de partilha de valores comuns. Por outro lado, a tecnociência ao fazer prevalecer o seu determinismo e visão materialista do mundo, em relação ao qual, o homem é apenas mais um mecanismo de características físicas e químicas, leva a que a vida humana se encontre subsumida na tecnociência, demonstrando-se assim a superior necessidade de um novo entendimento que seja ele mesmo uma procura por novos valores.

Durante muito tempo a noção de progresso, associado à ciência e à tecnologia, ignorou o caminho que estava a ser criado para as sociedades humanas, que bruscamente se viram envolvidas em totalitarismos políticos, como o estalinismo, o fascismo, ou o nazismo. Em comum, todos protagonizaram a perda da identidade humana, e em qualquer um destes modelos políticos estaria subjacente uma certa ideia de progresso.

Numa estreita correlação com o progresso técnico, emerge a assimilação da sua natureza no plano social, fazendo-se corresponder o progresso espiritual, moral e intelectual ao progresso da tecnociência.

⁸⁵ Karl-Otto Apel. Ética e Responsabilidade. P.19.

⁸⁶ J.Habermas. Comentários à Ética do Discurso. P.41.

Os múltiplos objectos colocados à nossa disposição pela tecnociência alteram a nossa forma de viver, nem sempre num bom sentido. Desta percepção resulta uma tensão que desencadeia uma relação de “convergência divergência”, dirá P. Ricoeur, relacionada quer com os modos de utilização, quer com os efeitos desencadeados pela tecnociência, cujas consequências se fazem sentir ao nível do agir humano.

As preocupações éticas com que nos confrontamos procedem da amplitude alcançada pela tecnociência ao nível dos diferentes domínios da vida social, sobretudo quando se percebe que o melhor, mas também o pior, pode ser criado ou produzido. Este facto eleva o discurso acerca do progresso da humanidade a uma narrativa problemática.

Paul Ricoeur detém-se sobre este tema, salientando que a grande contradição entre a nossa era e a que caracterizou a cidade grega é observável justamente na acção humana que se desenvolve ao abrigo de uma natureza reputada de invulnerável. Todavia, no nosso tempo, com as técnicas modernas, a questão coloca-se inversamente: a natureza, ao abrigo da acção humana, existiu até aos nossos dias. A partir de agora encontra-se ameaçada ao nível daquilo que pode ser considerado como os “grandes equilíbrios” que permitiram que “a vida se desenvolvesse e que o homem aparecesse, subsistisse e desenvolvesse a sua história”. Esta natureza encontra-se hoje à guarda do próprio homem⁸⁷. E se, em função de um progresso interiorizado pelo homem podemos falar do progresso da espécie humana, não podemos, contudo, tornar irrelevantes as ameaças produzidas sobre o ambiente, como seja o caso das chuvas ácidas ou dos acidentes nucleares cada vez mais frequentes. São acontecimentos que submetem o progresso à necessidade de um outro tipo de progresso: o progresso da consciência através da procura do carácter ético.

Verificando-se que a acção do homem sobre o mundo habitável sofreu uma grande transformação qualitativa, à ética, entendida como uma orientação da acção humana, compete questionar a nossa relação com o mundo habitável, sobretudo quando são

⁸⁷ Paul Ricoeur. Posfácio *In* “Le Temps de la Responsabilité”. Frédéric Lenoir. Pp.250-251.

observáveis à escala planetária os efeitos indesejados da acção humana. Neste sentido, a questão ética encontra resposta numa nova abordagem presente em múltiplos contextos da acção humana: a responsabilidade.

Na actualidade, a acção humana é fortemente condicionada por dois acontecimentos relacionados entre si e marcados pelo conhecimento técnico-científico. Um desses acontecimentos diz respeito ao meio ambiente, nomeadamente ao domínio exercido pelo homem sobre aquele que é o seu espaço natural. O outro situa-se ao nível de um conjunto de alterações provocadas na natureza humana, relacionadas com um novo saber, cuja proveniência pode ser encontrada nas ciências da vida. Trata-se de alterações que modificam a evolução das espécies, tanto quanto a evolução da própria humanidade. Paul Ricoeur refere-se a estas alterações fazendo notar que:

“Esta ligação profunda entre as duas séries de mutações explica-se pelo facto da vida, sob o seu duplo aspecto individual e específico, constituir o primeiro horizonte para o homem portador de história sob o fundo de um segundo horizonte: a biosfera. As duas séries de mutações não só encaixam como são também horizontes, aqueles mesmos que a nossa acção não cessa de repelir”.⁸⁸

O conhecimento de natureza científica entra no mundo da vida social através do saber tecnológico. Só a utilização técnica do saber científico objectiva perante a sociedade a evolução científica, que permaneceria sem consequências se o saber técnico não realizasse a acção de levar esse conhecimento ao mundo social. Contudo, coloca-se a questão de saber se o mundo social tem consciência da actividade prática do saber técnico. René Lenoir afirma a este propósito:

“A maioria das pessoas compara o progresso espiritual, moral e intelectual ao progresso técnico. Elas constataam que a ciência e a técnica põem à sua disposição – quando têm meios para os adquirir – objectos e serviços que

⁸⁸ Cette parenté profonde entre les deux séries de mutations s’explique par le fait que la vie, sous son double aspect individuel et spécifique, constitue le premier horizon pour l’homme porteur d’histoire, sur le fond de ce second horizon qu’est la biosphère. Les deux séries de mutation s’enchaînent et s’emboîtent alors, comme le font aussi les horizons eux-mêmes que notre action ne cesse de repousser. Paul Ricoeur. *Posfácio in Le Temps de la Responsabilité*. Frédéric Lenoir. P.252.

alteram a sua maneira de viver; e acreditam que esta mudança será sempre no bom sentido”.⁸⁹

Este é um problema vital da nossa civilização, e consiste sobretudo na inexistência de uma reflexão que racionalmente leve à discussão a ligação entre progresso técnico e vida social. As atitudes e comportamentos individuais alteram-se e essa alteração é extensível à compreensão do cosmos. A capacidade da tecnociência para controlar determinados processos naturais invade todos os domínios sociais, desde a produção de bens à influência em comportamentos eleitorais, por exemplo. Neste contexto surge uma ideia de progresso que articula no seu interior a harmoniosa combinação entre técnica, ciência e economia, resultando desta combinação uma nova forma da acção humana. “A ciência em geral está dispensada da tarefa de uma orientação da acção”⁹⁰, refere Habermas, facto que produz desestabilização na vida social por via de uma acção científica dissonante do processo civilizacional que a gerou.

A ideia de progresso e de desenvolvimento, não sendo incompatíveis, são seguramente diferentes ao nível da acção humana. Enquanto a ideia de progresso coloca em paralelo a ordem cósmica e o destino biológico, a ideia relativamente recente de desenvolvimento tem uma natureza iminentemente problemática: erros de desenvolvimento manifestam-se catastróficos na relação homem natureza, mas também na relação interactiva do homem enquanto ser social, com especial relevo para as problemáticas distorções socioeconómicas presentes nas diferentes zonas do planeta. Paralelamente assiste-se a uma transformação profunda do homem, no âmbito da sua relação consigo próprio, porquanto se coloca em causa a própria natureza humana através de alterações estimuladas pelas ciências da vida. Ora, se à alteração qualitativa da acção humana não corresponder a procura de uma regulação ética, numa relação proporcional ao âmbito das intervenções consideradas, e cuja

⁸⁹ La plupart des gens assimilent le progrès spirituel, moral, intellectuel, au progrès des techniques. Ils constatent que science et technique mettent à leur disposition – quando ils ont les moyens de les acquérir – des objets et services qui changent leur manière de vivre; et ils croient que ce changement va toujours dans le bon sens. René Lenoir *in* Le Temps de la Responsabilité. Frédéric Lenoir. Pp.99-100.

centralidade se processe ao nível da redefinição do conceito de responsabilidade, será inevitavelmente a continuidade da humanidade que estará em causa.

O desenvolvimento, por outro lado, interfere com diferentes níveis da acção humana. Crescimentos rápidos, alteração de mercados, das técnicas, das empresas, das ideias, das informações, das características do próprio individualismo, condenam ao desaparecimento comunidades de indivíduos e provocam alterações profundas na acção humana. Este é o núcleo da volatilidade a que o desenvolvimento sujeita a acção humana, através da disrupção comunicacional, cujas repercussões sociais e culturais se fazem sentir na matriz identitária dos indivíduos. A perigosidade associada a estas alterações sugere que a acção política compreenda na sua essência o sentido de responsabilidade, e portanto, a dimensão ética que se gera no seu interior.

O progresso, ao ser pensado em termos quantitativos, lança um desafio ao desenvolvimento que coloca em causa todo um conjunto de significações e valores pela procura do bem individual em estreita relação com a justiça colectiva não enquadráveis na lógica da quantificação. A acção humana vê-se assim confrontada e profundamente atingida com a transformação qualitativa do seu agir. O desenvolvimento torna-se por esta via um conceito problemático, revelando neutralidade ética no seu processo. Habermas refere a este propósito que “o género humano vê-se assim desafiado pelas consequências socioculturais não planificadas do progresso técnico, não só a conjurar, mas também a aprender a dominar o seu destino social”⁹¹, o que sugere a necessidade de repensar o conceito de desenvolvimento num ambiente de procura pelos valores, que confirmem à acção humana a ideia de responsabilidade pelas suas acções, perante si mesma e perante a comunidade futura.

O forte sentido de individualismo a que o desenvolvimento conduziu diferentes comunidades humanas ao interferir nos processos comunicacionais, promoveu formas alternativas de socialização. Neste sentido, os diferentes meios de comunicação assumem na

⁹⁰ Jurgen Habermas. Técnica e Ciência como “Ideologia”. P.99.

actualidade um papel decisivo nos comportamentos individuais, e são, eles próprios, fonte sempre renovada por onde circula o desenvolvimento, representando simultaneamente o seu próprio corolário.

Presentemente, a informação, genericamente entendida, potencia o estabelecimento de uma rede de contactos globais, através dos quais se dão a conhecer comportamentos políticos, empresariais e culturais. Os discursos produzidos por estes agentes sociais surge como acção justificativa da volatilidade das mudanças, num claro apelo que não esconde, quer o carácter manipulador das imagens impostas a todos em simultâneo, quer o carácter clandestino da selecção da informação. Ambas as circunstâncias pretendem alcançar o sensacional através de uma gestão selectiva das emoções. Assim, a comunicação social, com o seu grande poder, é o meio ideal para dar início a um processo de reflexão ética centrada nos conteúdos informativos. Esta reflexão revela-se tão necessária quanto o crescente risco de ocultação dos verdadeiros fins da informação. Neste contexto, sobressai em relação aos profissionais desta área a complexa tarefa de pensar a acção muito para além das questões deontológicas da profissão. É necessário, ou mesmo urgente que os profissionais da informação assumam um papel preponderante de uma reflexão ética que conduza a uma verdadeira informação.

3.1. Responsabilidade: o presente que antecipa o futuro da acção humana

Após a identificação das transformações susceptíveis de explicar as novas vagas de preocupações éticas, bem como os fundamentos para renovados valores éticos que interagem com as necessidades humanas, será necessário considerar a reflexão ética de forma tão premente quanto problemática, se se entender que esta é a ultima justificação para a procura de novos valores.

⁹¹ J. Habermas. Técnica e Ciência como “Ideologia”.P.105.

Os valores éticos do nosso tempo suscitam uma observação paradoxal. Se por um lado a evolução tecnológica assenta em modelos de crescimento numa base de quantificação que transforma as necessidades humanas em necessidades de objectos, não é menos verdade que matérias do foro da intimidade, como a saúde, a liberdade ou a amizade, são bens não comercializáveis, portanto, não quantificáveis, e que levam o homem a prosseguir os seus próprios fins. É nesta conexão que encontramos a carência ética que destaca a instrumentalização dos meios técnicos sem atender ao peso dos fins humanos.

Sendo certo que os valores éticos nunca farão parte de uma lógica de acumulação, esta certeza suscita o seu ressurgimento e reinscreve-os no contexto universal. Valores como a amizade ou felicidade, não são atributos exclusivos de alguns homens, mas fazem parte da condição de relacionamento humano. Nesse sentido potenciam outras abordagens éticas, geradas a partir de novas convicções.

As múltiplas questões que constituem o cerne dos discursos, incluindo os discursos políticos com lugar na actualidade, estruturam-se em torno da abundância de bens, da natureza desses bens e sua utilidade para o homem, tema que envolve a absoluta validação de crescimento dos processos de produção. Contudo, matérias relacionadas com a redistribuição de bens, socialização através de actos de consumo ou mesmo as consequências ambientais provocadas pelos sucessivos incrementos de produção, são matérias em relação às quais tanto os discursos oficiais, como a sociedade civil optam pela máxima descrição.

Uma abordagem sobre a ideia de responsabilidade na qual novos domínios, designadamente do saber, correspondam a novas responsabilidades, é uma ideia que constitui o lugar privilegiado para uma transformação ao nível das convicções.

Conceptualmente, a responsabilidade tem assumido um carácter jurídico, no sentido da imputabilidade da prática de um acto determinado a um agente específico. Neste contexto jurídico, a responsabilidade fará sempre parte de uma realidade localizada no momento da acção, e o momento em que se afirma a imputação do sujeito da acção difere em relação à sua

prática, ou seja, a imputabilidade inscreve-se no passado e a sua deliberação ocorre no presente. Mas, ao carácter jurídico da responsabilização acresce ainda uma outra característica conceptualmente relevante: o sujeito da acção, ao ser juridicamente responsabilizado, repõe o dano causado pela sua acção. Neste sentido, a responsabilização jurídica determina, tendencialmente, o fim da responsabilidade perante a lei, e, entendendo-se a lei como a disposição regulamentar de regras sociais, tal significará o fim da responsabilidade, e portanto, a cessação do dano causado pela acção praticada. Neste contexto, há ainda a distinguir a responsabilidade jurídica e a responsabilidade moral, sendo certo que a responsabilidade moral de uma qualquer acção plasma-se na responsabilidade jurídica, existindo por vezes uma interacção partilhada entre ambas que introduz alguma perturbação em matéria de deliberação jurídica.

Ao serem criados os circunstancialismos necessários para que a tecnociência faça parte da contemporaneidade do discurso ético inicia-se um ponto sem regresso para a abordagem de um novo conceito de responsabilidade. É neste sentido que a ideia de responsabilidade começa a fazer um percurso em direcção ao futuro, questionando a acção que ocorre no presente, e cujas consequências se projectam no futuro, admitindo desta forma uma nova dimensão espaço-temporal para a qual “toda a compensação se torna insuficiente, pois os efeitos das minhas acções ultrapassam de tal modo a esfera imediata do meu agir que não há compensação que anule o acto praticado; ao invés, tenho primeiro de prever as consequências dos meus actos para com a alteridade (humana ou não) para, depois, subordinar o meu poder de realizá-los ao compromisso que com ela contraí”.⁹²

Este novo sentido de responsabilidade assume uma disposição, segundo a qual se entende que é no presente, o lugar da acção, que se avaliam as consequências futuras da própria acção. Esta condição que se estabelece na era da tecnologia resulta de modificações do agir, cujo principal sentido consiste na tentativa de anular aspectos contidos numa

⁹² Cristina Beckert. Ética. P.100.

negligência anterior, podendo também ser uma tentativa para a introdução de uma nova ordem moral. Trata-se de um novo sentido de responsabilidade que está para além do cumprimento de regras e que é portador de uma relação de confiança entendida sobre a égide de uma missão que nos é confiada no presente. Dirá P. Ricoeur que “a missão mais delicada que pode ser confiada a um agente que se declara responsável pelo futuro é a protecção de qualquer realidade frágil e perecível”.⁹³

A nova perspectiva de abordagem da responsabilidade pressupõe um conceito de humanidade, na qual o horizonte da existência futura depende estritamente das acções previstas no presente. Em causa está garantir a continuidade da humanidade.

Poderá este novo entendimento de responsabilidade representar uma nova era do dever?

Esta contextualização da responsabilidade é uma necessidade desencadeada pela alteração da acção humana, cujo âmbito de intervenção está para além do individuo, centrando-se na humanidade.

“Age de tal forma que exista ainda uma humanidade depois de ti e pelo maior tempo possível”.⁹⁴

C. Beckert comentando Hans Jonas afirma que este “autor começa por descrever a ética clássica como essencialmente antropocêntrica, isto é, dizendo respeito à relação homem-homem no interior da polis”. Contudo, perante a exigência de “uma nova aliança entre a ética e a ciência em que a dimensão cognitiva toma uma importância fundamental (...) entre o poder de transformação inerente à técnica, por um lado, e o poder de previsão de ordem científica, por outro, (...) constitui-se (...) o objecto nuclear da responsabilidade ética”.⁹⁵ A tecnociência tem como efeito o descentramento do antropocentrismo ético para uma ética da responsabilidade, que contém desde logo a perspectiva de alteração da relação homem-

⁹³(...) la mission la plus délicate qui puisse être confiée à un agent qui s’en déclare responsable pour l’avenir, c’est la protection de quelque réalité fragile, périssable. Paul Ricoeur *in* Le Temps de la Responsabilité. Frédéric Lenoir.P.260.

⁹⁴ H. Jonas. Das Prinzip Verantwortung, *in* Cristina Beckert. Ética. P.110

⁹⁵ C. Beckert. Ética. Pp.103-104.

natureza. A humanidade é o *focus* do discurso onde se delibera a orientação que possibilita a sua continuidade.

3.2. Ética e Empresa

A observação atenta e determinada da nossa sociedade bem como e de outras sociedades que seguem modelos de inspiração ocidental, possibilitam a compreensão do questionamento ético relacionado com a empresa.

Segundo A. Cortina, “a empresa é uma organização (...) e as organizações constituem o núcleo básico a partir do qual se organizam as sociedades nos países pós-capitalistas. A chave de tais sociedades não é tanto a família ou o Estado-nação, mas as organizações. Uma ética das organizações é pois indispensável para reconstruir o tecido de uma sociedade, para (re) moralizá-la”.⁹⁶

A tecnologia, o conhecimento e a instituição empresa progridem num caminho orientado pela vertente económica, numa triangulação ligada pelo vértice do consumo. Neste contexto, as empresas organizam-se como lugares privilegiados de interacção social segundo dois planos distintos: são o local de destino do saber técnico-científico transformado em objecto de negócio, e cuja expansão resulta de uma orientação para o consumo; por outro lado, a empresa ao constituir-se como o lugar de diferentes relacionamentos humanos em processo de interacção, influencia diferentes realidades comportamentais, tanto ao nível do carácter individual, como ao nível do carácter institucional.

A aproximação entre a ética e a empresa ocorre em torno do conceito que acabámos de analisar: a responsabilidade, que, ao abandonar a exclusiva ideia clássica de imputação prevê uma nova finalidade, cujo argumento se estabelece ao nível da eficácia, segundo o qual

⁹⁶ La empresa es una organización (...) e las organizaciones constituyen el núcleo básico a partir del qual se organizan las sociedades en los países postcapitalistas. La clave de tales sociedades no es ya tanto la familia o el Estado-nación como las organizaciones. Una ética de las organizaciones es, pues, indispensable par reconstruir el tejido de una sociedad, para remoralizarla(...). A. Cortina. Ética de la Empresa. P.82.

a responsabilidade deverá ser cultivada como aspecto essencial da própria eficácia. Dois aspectos convergentes incorporam agora o carácter da empresa. Por um lado, em resultado da sua actividade a empresa apresenta-se como uma instituição cujo benefício apresenta um retorno económico, mas é também o lugar privilegiado de cultura e conhecimento pessoal. Este duplo *status* poderá gerar equívocos, sobretudo se o papel da responsabilidade for entendido segundo o subtil princípio de ideologia produtiva, já que os valores da empresa são por natureza objecto de definição superior, isto é, dos seus dirigentes. Nestes casos, a lógica da responsabilidade é substituída pela lógica da obediência, que tragicamente dissimula o verdadeiro papel da responsabilidade enquanto princípio de autonomia individual em contexto de interacção empresarial. A ética da responsabilidade opõe-se assim à ética da obediência, e a aceitação do contrário pressupõe um conflito entre os indivíduos e a finalidade da empresa.

François Guiraud observa a realidade da ética empresarial segundo uma perspectiva que comporta diferentes atitudes culturais, afirmando que “as democracias anglo-saxónicas são religiosas. Vivem sobre um fundo cultural moralista, em parte derivado do protestantismo que retorna à pessoa e à sua responsabilidade. As empresas reflectem no seu interior códigos de conduta que se inspiram no moralismo ambiente. Em França, a democracia (...) não se funda sobre a *Bíblia Anglo-saxónica*, mas sobre as virtudes republicanas oriundas da Revolução francesa, virtudes garantidas pelo Estado... um Estado inspirado pela deusa razão que terá o conhecimento do bem e do mal”.⁹⁷

Estas duas inspirações influenciam de forma distinta a formação do carácter democrático. Ambos os casos conduzem a uma persistente lógica de obediência que num encadeamento sucessivo de factores autoritários extrínsecos ao indivíduo, moldam o seu

⁹⁷ Les démocraties anglo-saxonnes sont religieuses. Elles vivent sur un fonds culturel moraliste, issu en partie du protestantisme, qui renvoie à la personne et à sa responsabilité. Les firmes ont à coeur de réfléchir par elles-mêmes à des codes de conduite qui s’inspirent du moralisme ambiant. En France, la démocratie (...) ne se fonde pas sur “la Bible des Anglo-Saxons” mais sur les vertus républicaines issues de la Révolution française, vertus garanties par l’État... Un État inspire par la déesse Raison et qui aurait la connaissance du bien et du mal. François Guiraud *in* Le Temps de la Responsabilité. Frédéric Lenoir. P.122.

comportamento e reduzem-lhe a iniciativa. Só a envolvimento do indivíduo numa lógica de responsabilização desencadeia a possibilidade de uma reflexão acerca de si próprio e do outro, em que o outro assume um lugar central. Porém, estando em análise a relação entre a ética e a estrutura empresarial, e perante a intensificação da responsabilização do indivíduo, às lideranças empresariais que operam dentro de um quadro de grandes opções estratégicas compete o abandono da lógica da obediência que pelo exercício da autoridade conduz à passividade.

A nossa época tem sido marcada por uma acção empresarial que estabelece e faz convergir os seguintes princípios: a necessidade de produção de bens e a sua procura por parte das pessoas (consumidores). Esta tendência, aparentemente irreversível, só pode significar um movimento positivo da humanidade se acompanhado por um nível superior de existência que exige do indivíduo um nível superior de maturidade. Este sentido só pode ser alcançado se a lógica do mundo empresarial alterar o entendimento das suas necessidades. Para tal, e perante a persistência de dirigentes cuja conduta de orientação se rege pelo exercício da autoridade com a pacificação de quem é dirigido, a essa atitude deve ser contraposta a possibilidade dos dirigentes das organizações empresariais executarem o seu papel de liderança apontando o caminho das grandes direcções estratégicas.

A relação interdependente entre a tecnociência e as empresas traduziu-se subitamente numa alteração do espaço e do tempo. A grande aldeia global, a criação permanente, e a interdependência entre diferentes sistemas, são factores de grande complexidade perante os quais a lógica da obediência manifesta-se inoperante. Neste sentido é necessário reavaliar a complexidade do mundo empresarial, conduzindo os diferentes agentes em presença, não como uma massa de obedientes, mas sim como interlocutores privilegiados, numa atitude em que o desenvolvimento de competências e o estímulo de capacidades farão parte de um percurso que tem na responsabilização o padrão do

comportamento humano. Para tal será necessário criar condições que suscitem nos indivíduos o sentimento de partilha de um mundo comum.

3.3. Características da Ética Empresarial

Bernard de la Rochefoucauld, colocado perante o desafio de definir a finalidade da empresa, fá-lo do seguinte modo:

“A finalidade da empresa é fazer cooperar os homens tendo em vista a produção de bens e serviços para satisfazer necessidades de remuneração dos seus parceiros e accionistas.”⁹⁸

Interpretando o pensamento de B. Rochefoucauld, somos confrontados com dois factos ligados entre si, ambos problemáticos no contexto de ética empresarial anteriormente abordada. Ao referir a cooperação como finalidade, pese embora não seja especificado o modo como se processa, B. Rochefoucauld evoca de alguma forma a possibilidade da sua inexistência no âmbito comportamental empresarial. Esta ausência, verificando-se, é uma consequência de processos de trabalho, em relação aos quais ainda não foi abandonada a lógica da autoridade, evidenciando-se desta forma a necessidade da sua concretização. Este entendimento colide com o processo de responsabilização que temos vindo a abordar no seu aspecto mais essencial: o espaço de autodeterminação individual que se realiza no colectivo. Na realidade, estratégias de cooperação definidas numa lógica comportamental de obediência produzem resultados quantificáveis de acordo com a finalidade da empresa, todavia, não potenciam o conceito de responsabilidade, excepto nos casos em que a responsabilidade se subsume num veículo de transmissão de conteúdos ideológicos expressos em modelos económicos.

O segundo facto problemático prossegue uma coerência que determina a essência da empresa numa lógica que coloca a remuneração de parceiros e accionistas como finalidade.

⁹⁸ La finalité de l'entreprise est de faire coopérer des hommes en vue de produire des biens et services pour satisfaire des besoins en rémunérant ses partenaires et ses actionnaires. Bernard de la Rochefoucauld, *in* Le Temps de la Responsabilité. Frédéric Lenoir.P.133.

Ora, entendendo a empresa como fazendo parte de um todo inserido num contexto sectorial, a remuneração dos diferentes agentes que participam financeiramente na actividade empresarial, será naturalmente um de entre outros objectivos. Contudo, a frequente contestação deste argumento centra-se na definição prioritária de cariz ideológico, que determina o lucro como a finalidade da empresa. Esta atitude compromete a assunção ética em contexto empresarial na medida em que diferentes níveis de contingência, a verificarem-se, obstaculizarão a finalidade definida, isto é: entre o dever ético e o desejo de obter lucro, o último sairá sempre vencedor, e não raras vezes utilizando a ética como factor justificativo, como instrumento para prosseguir fins não éticos.

O entendimento problemático de B. Rochefoucauld acerca da finalidade da empresa prossegue quando este afirma: “se numa empresa todos estão de acordo sobre os fins, então, as responsabilidades podem ser largamente repartidas uma vez que irão convergir num fim”.⁹⁹ Este sentido de partilha de responsabilidade é revelador de uma atitude comportamental que se manifesta através da continuidade de processos associados a diferentes critérios de responsabilidade, que especulativamente poderão corresponder a uma hierarquização e que possuem em comum o fim a que essa responsabilidade se refere. Porém, o sentido de responsabilidade que se defende num contexto de ética empresarial, não é um sentido de partilha, mas antes uma nova realidade comportamental, que sendo emergente, é no entanto fundamental em matéria de identidade empresarial. B. Rochefoucauld observa a empresa numa lógica em que a componente humana está ao serviço da quantificação, subtraindo deste contexto o factor humano qualitativo que faz da empresa uma instituição social com uma responsabilidade alargada no domínio social, que decorre da sua própria actividade.

Posição distinta é assumida por A. Cortina quando afirma: “a meta da actividade empresarial é a satisfação das necessidades humanas através da criação de um capital, de que

⁹⁹ Si dans une entreprise tout le monde est d'accord sur les fins, alors les responsabilités peuvent être réparties, puisqu'elles vont converger vers la fin. Bernard de la Rochefoucauld, *in* Le Temps de la Responsabilité. Frédéric Lenoir.P.135.

é parte essencial o capital humano – os recursos humanos –, quer dizer as capacidades de quantos cooperam na empresa.”¹⁰⁰ Neste sentido, A. Cortina, numa notável conceptualização ética, define a finalidade da empresa como uma resposta às necessidades humanas, entendendo-se por necessidades humanas o espaço social da acção empresarial, que lhe é conferido a partir do exterior e realizado por meio do capital humano constituinte da empresa: os recursos humanos. Retomar o discurso ético constitui um importante ponto de inflexão na atitude comportamental das organizações, e as empresas são o espaço privilegiado para este desafio tendo em conta, como refere F. Guiraud, que “a ética não é um modo ou uma simples respiração entre dois sistemas de regulação. (...) A primeira palavra em ética é um sim à vida, à existência..., à existência com os outros”.¹⁰¹

A empresa é um lugar de interacção social, cuja finalidade resulta da sua própria natureza, e da identidade que decorre do seu carácter relativamente ao qual a ética contribui definitivamente para a formação do próprio negócio, definindo-se por este meio o vértice da responsabilidade social da empresa.

3.3.1. Relações Internas

Apesar da ética da empresa ser reconhecida como uma necessidade no plano das relações de trabalho, a realidade concreta tem-se mostrado ora intermitente ora erosiva em matéria de valores éticos.

As diferentes ordens de interesses que preenchem o espaço sociopolítico influenciam frequentemente as relações de trabalho no interior da empresa. Todavia, as construções ideológicas que outrora fizeram das empresas palco de confrontos numa acção centrada na luta de classes, são parte de uma realidade que se encontra ultrapassada. Actualmente, o pós-

¹⁰⁰ La meta de la actividad empresarial es la satisfacción de necesidades humanas a través de la puesta en marcha de un capital, del que es parte esencial el capital humano – los recursos humanos –, es decir, las capacidades de cuantos cooperan en la empresa. A. Cortina. Ética de la Empresa.

¹⁰¹ L'éthique donc n'est pas une mode ou une simple respiration entre deux systèmes de regulation. (...) Le premier mot de l'éthique est un “oui” à la vie, à la existence ..., à l'existence avec les autres. François Guiraud, *in* Le Temps de la Responsabilité. Frédéric Lenoir. P.128.

capitalismo apropria-se da empresa assegurando uma verdadeira revolução na produtividade, convertendo o proletariado em classe média com rendimentos e estilos de vida que se aproximam da classe superior, com isso deixando para trás a velha luta de classes. O motor desta transformação está no domínio do saber e na sua aplicação. É neste contexto que o capital e o trabalho, ambos, são colocados num processo de secundarização face ao passado. A produtividade destas novas classes que constituem a sociedade pós-capitalista faz-se pela aplicação do saber, numa perspectiva em que o trabalho surge como um saber especializado.

Esta será a alteração mais marcante na vida das empresas na sociedade pós-capitalista.

A relação entre empresa e trabalho é abordada por A. Cortina que faz uso de uma fundamentação inspirada em P.F. Drucker, afirmando que “as classes da sociedade capitalista são os trabalhadores do saber e os trabalhadores dos serviços e a nova dicotomia será produzida entre os intelectuais e os gestores: os primeiros ocupar-se-ão das palavras e das ideias; os segundos, de pessoas e trabalho.”¹⁰²

O desafio proposto por A. Cortina tem como fundamento a percepção da diferença entre a sociedade capitalista e a sociedade pós-capitalista, num ponto central para a empresa: a prática da gestão, através da sua visão científica, ultrapassa códigos de conduta e pratica actos de gestão que prejudicam as melhores práticas de relacionamento, tanto ao nível interno como externo. A referência vai claramente para as diferentes formas políticas de reestruturação empresarial. Por um lado, a reestruturação da empresa processa-se na sua mais brutal e desumana forma, promovendo despedimentos. Quando não é esse o método, a equipa de gestores decide a reestruturação sem a promoção de qualquer debate colectivo, numa atitude autoritária que rejeita o modo de gestão participativa e provoca a desmotivação e desvinculação dos trabalhadores face a uma eventual necessidade de mudança. Estas duas

¹⁰² Las clases de la sociedad postcapitalista, anuncia Drucker, son los trabajadores del saber y los trabajadores de los servicios, y la nueva dicotomia se producirá entre los intelectuales y los gestores: los primeros se ocuparán de las palabras e ideas; los segundos, de personas y trabajo. A. Cortina. Ética da la Empresa. P. 77.

práticas são o quotidiano da moderna gestão de empresas e constitui uma nova problemática: o relacionamento ético não sujeita a códigos de conduta, mas que deverá fazer parte do espólio mais importante da empresa, ou seja, os valores, sem os quais os códigos de conduta apenas farão parte de uma responsabilidade punitiva.

“A suposta transparência e comunicação, o tratamento com trabalhadores e consumidores como interlocutores válidos, fazem parte do cálculo estratégico até ao ponto que tem sentido perguntar-se se se *trata de um novo ópio do povo ou de uma necessidade*.”¹⁰³

Deste modo, A. Cortina lança um conjunto de suspeitas sobre a actuação da empresa, nomeadamente sobre o aparente núcleo de valores que devem orientar a actividade empresarial, colocando num mesmo plano trabalhadores e clientes, que, devendo ser considerados agentes fundamentais na construção de valor na empresa, são exclusivamente entendidos como elementos passivos da estratégia empresarial.

Existem aspectos centrais no relacionamento interno da empresa que se prendem com a sua actividade e com a envolvência do seu público interno, que só podem ser entendidos do ponto de vista participativo, o único que possibilita e fomenta uma cultura de responsabilidade, em torno da qual se estrutura uma cultura empresarial de valores (orientada pela Ética). Enquanto a ética for apenas um elemento instrumental da estratégia empresarial, somente a quantificação terá lugar na actividade empresarial.

Há um saber técnico-científico que participa na gestão empresarial da actualidade e que não é alheio ao facto da empresa se constituir como um núcleo social de extrema importância, lugar privilegiado para a aplicação das teorias políticas e económicas dominantes. Daí que, incorporar a ética nos modelos de gestão empresarial significará também o alargamento dos princípios éticos à sociedade através dos seus principais agentes: público

¹⁰³ La presunta transparencia y comunicación, el trato a trabajadores y consumidores como interlocutores válidos, forma parte entonces del cálculo estratégico, hasta el punto de que tiene sentido preguntarse si se trata *de un nuevo opio del pueblo o de una necesidad*. A. Cortina. Ética da la Empresa.P.78.

interno e público externo no âmbito do desempenho interactivo de papéis a que ambos se encontram sujeitos no espaço social. Este é também o contexto onde se desenvolve o princípio da responsabilidade, que podendo ser específica no plano empresarial, difunde os seus princípios estruturantes através de todos os sujeitos que por ela são afectados.

Talvez por dificuldades decorrentes quer da lógica da quantificação, quer da lógica da obediência, ainda muito presentes na estratégia empresarial, o debate em torno da ética da responsabilidade conduz algumas empresas à sua utilização sob a forma de instrumentos de marketing, fazendo prevalecer a sua desvalorização num contexto de estratégia empresarial. Através desta actuação, a empresa dá continuidade ao princípio segundo o qual, “os fins justificam os meios”, mantendo o espaço da irresponsabilidade social empresarial, que no presente impõe à humanidade o questionamento ético da sua própria continuidade.

A ética da empresa deve desenvolver-se segundo uma racionalidade comunicativa estratégica, numa atitude de diálogo que considere todos os que intervêm na actividade da empresa (gestores, trabalhadores, consumidores) como interlocutores válidos, com os quais é necessário estabelecer um relacionamento que suporte a acção comunicativa, e onde todos possam relacionar-se no cumprimento do seu papel, respeitando mútuos direitos e interesses e definindo estratégias que permitam alcançar a finalidade que justifica a essência da empresa, e que pode ser entendida como a “satisfação de necessidades sociais através da obtenção de benefício”¹⁰⁴. Considerado como resultado da actividade empresarial, o benefício obedece a uma lógica qualitativa que compreende a perspectiva ética, e constitui-se numa base de reciprocidade segundo a qual a comunidade interage com a empresa.

¹⁰⁴ (...) la satisfacción de necesidades sociales a través de la obtención del beneficio. A. Cortina. Ética da la Empresa.P.80.

3.3.2 Relações Externas

Ao centrar a sua actuação no benefício, elegendo-o como único critério explicativo da sua existência, ou mesmo o *a priori* da sua existência, a empresa estrutura os meios que orientam a sua actividade em torno desse benefício. Contudo, o benefício é a consequência natural do desempenho da própria actividade empresarial, constituindo-se como um retorno, isto é, um reconhecimento social. Neste contexto, a ética contribui para a produção de benefícios empresariais, nomeadamente, quando introduz conceitos como credibilidade e confiança, valores fundamentais da actividade empresarial, e que devem fazer parte da relação empresarial com o mercado – clientes e concorrência-, lugar onde a empresa desenvolve a sua identidade e potencia factores distintivos face aos restantes agentes que concorrem no mesmo mercado. A excelência e a eficácia, termos que fazem parte do léxico da moderna gestão empresarial, só poderão tornar-se características distintivas no plano empresarial, se e só se, a responsabilidade ética fizer parte integrante das estratégias empresariais, isto é, se se constituírem como o factor orientador de toda a acção empresarial. Significa isto que o benefício para a empresa, que surge por via da quantificação - o lucro, se encontra no reconhecimento da utilidade e da qualidade que o mercado (clientes e concorrentes) percepçiona quanto à actividade da empresa.

Os públicos externos, cujo destaque recai sobre clientes e fornecedores, são agentes determinantes no processo de formação e consolidação da identidade empresarial. Por isso, a relação que a empresa estabelece com estes públicos necessita de ser uma relação de parceria, perante a qual se acentua a função social da empresa. Muitas vezes, demasiadas vezes, clientes e fornecedores são observados pelas empresas apenas como instrumentos de lucro. Por isso, A. Cortina afirma a necessidade de (re) moralizar a empresa no sentido em que se deve considerar as organizações empresariais como comunidades de interacção e relações humanas com significado moral, entendendo que “a actividade empresarial é uma actividade

humana com uma finalidade social, de modo que as atitudes necessárias para alcançar a sua meta (...) são atitudes morais”.¹⁰⁵

O princípio fundamental de qualquer actividade empresarial encontra-se na sua matéria social, e é partindo desta percepção que a empresa define a sua finalidade, estabelecendo uma orientação que compreende no seu espaço de inserção a atitude comportamental que possibilite alcançar a sua finalidade. No concreto, esta não é a situação frequente. Grande parte das empresas estrutura a sua acção em torno de uma finalidade que é o lucro, apresentando práticas irresponsáveis em matéria social, que originam catástrofes ambientais, desrespeito pelos direitos humanos, para destacar apenas dois factos recorrentes.

3.4. A Ética como forma de resolução de conflitos

(...) um dos objectivos da ética consiste em validar as relações entre os homens, quer dizer, em oferecer uma explicação racional da obrigatoriedade com que as normas que a constituem se apresentam”.¹⁰⁶

As empresas são organizações que interagem com as restantes comunidades de sujeitos. Nessa medida, respeitando a sua actividade e na qualidade de sujeito em relação, a empresa toma decisões que afectam os restantes sujeitos que com ela interagem. Deste ponto de vista, a acção comunicativa constitui-se como elemento decisivo no estabelecimento dos diferentes níveis de relação entre as empresas e as comunidades de sujeitos que consigo se relacionam.

Toda a acção comunicativa tem por objectivo alcançar o entendimento, e este constitui-se como a base relacional profunda da interacção social. A actividade empresarial

¹⁰⁵ (...) a actividad empresarial es una actividad humana con una finalidad social, de modo que las actitudes necesarias para alcanzar su meta (...) son actitudes morales (...).A. Cortina. Ética da la Empresa.Pp. 89-90.

¹⁰⁶ (...) uno de lo objectivos de la ética radica en justificar la validez de las relaciones entre los hombres, es decir, en ofrecer una explicación racional de la obligatoriedad con la que las normas que las constituyen se presentan. A. Cortina. Ética de la Empresa.P.125.

apresenta neste contexto um papel fundamental, tendo em conta que as suas decisões decorrem de estratégias que têm uma finalidade determinada.

No plano da intersubjectividade a que se encontram sujeitas as empresas, as relações de conflitualidade, ou de competitividade, geradas por determinados comportamentos, podem ser submetidas a estratégias cuja finalidade consistirá em atingir o entendimento, anulando ou revendo os pontos de desacordo. É neste contexto que assume especial relevância a racionalidade ética para a resolução de conflitos, que, através da linguagem, meio pelo qual se produzem os discursos que suportam a acção comunicativa, é desenvolvido o sentido de orientação da acção social.

O entendimento é fundamental na (re)definição de finalidades, e portanto, dos valores que as identificam. Mas, é também através do entendimento que a ética se afirma como uma exigência segundo a qual se determina a responsabilidade pelas consequências das decisões que se tomam.

Frequentemente, os conflitos que se geram em torno da acção empresarial evidenciam pontos de divergência cuja centralidade decorre do fim que se pretende atingir. Ora perante uma divergência de finalidades, o entendimento entre decisor ou sujeito activo e o destinatário da decisão ou sujeito passivo torna-se ineficiente, algo que é despoletado a partir do processo comunicativo, ficando assim fortemente comprometida a interacção entre sujeitos (empresa e públicos internos e externos). Na medida em que grande parte das empresas do mundo ocidental exerce a sua actividade em mercados altamente concorrenciais, a quebra de confiança que liga os diferentes sujeitos inicia pontos de conflitualidade que dificultam o entendimento perante decisões problemáticas.

Considerando ainda que a interactividade dos sujeitos ocorre em diferentes momentos espaço-temporais, tal significa que pode ser desencadeada uma alternância de papéis comprometedora do ponto de vista do retorno da actividade empresarial, na medida em que a mesma ocorre numa base relacional em que a actuação da empresa só atinge a sua finalidade

se entendida e aceite pelos sujeitos em relação. Perante a ausência de entendimento desenvolve-se uma tensão que poderá ser decisiva na negação de uma relação que necessita de entendimento como meio para atingir confiança.

Mas se o entendimento entre sujeitos constitui a base do seu relacionamento, de que forma se processa esse entendimento?

Tomando como válido que o entendimento resulta da compreensão mútua que se pretende atingir com o acto de comunicação, sempre que para tal existe um sistema de normas que sustente a validade do discurso, atingir o entendimento implica a existência de condições “normativas de possibilidade de se conseguir esse entendimento”, segundo Apel.

A existência de entendimento está ainda sujeita ao abandono de uma atitude comportamental de observação, estabelecendo-se a partir de então uma acção entre sujeitos que pressupõe a condição de possibilidade de entendimento, num movimento que envolve os diferentes sujeitos através das seguintes pretensões de validade: enunciar de forma inteligível; dar ao ouvinte algo que ele compreenderá; fazer-se, desta forma, entender a si próprio; atingir o objectivo de compreensão junto de outrem;¹⁰⁷ o que significa que o discurso só é válido se as normas em que assenta tiverem como finalidade alcançar o entendimento, o que obriga os sujeitos intervenientes a utilizar expressões inteligíveis, tornando assim possível que o acto de comunicação seja compreendido.

Mas se a compreensão é fundamental para validar um acto de fala, não menos importante será a assunção de verdade das proposições enunciadas pelo sujeito activo. Qualquer acto de fala, qualquer processo de comunicação, torna-se inválido sempre que o sujeito passivo deixa de considerar o discurso credível. A delicadeza da acção comunicativa reside precisamente na validação do discurso, que no seu desenrolar se encontra sujeito a condições normativas que possibilitam a sua validade e, consequentemente, a possibilidade de entendimento entre os diferentes agentes intervenientes no discurso.

¹⁰⁷ J. Habermas. Racionalidade e Comunicação. Pp.12-13

A importância de se atingir o entendimento entreliga-se com o estabelecimento de relações intersubjectivas de compreensão recíproca, onde, diz-nos Habermas, a acção comunicativa é colocada como elemento fundamental das relações humanas, e portanto, como elemento determinante dos diferentes processos de socialização.¹⁰⁸

O processo de comunicação vai assumindo diferentes fases no seu decurso, nas quais o entendimento está sempre presente, estabelecendo pontos de concordância no interior de um discurso que se caracteriza como difuso, necessitando por isso de elementos que pretensamente lhe atribuam validade enquanto condição de possibilidade do entendimento. A acção comunicativa é interrompida sempre que as pretensões de validade não são satisfeitas, desenvolvendo-se então uma “nova definição da situação”, sempre com o objectivo de atingir um entendimento, desta feita a um nível diferente, mas conservando a finalidade a que se encontra sujeito o acto de comunicação. Neste contexto, desenvolve-se uma reavaliação da situação com base na experiência, que revê e reorganiza os argumentos por forma a produzir novas consequências na acção, criando o necessário ambiente para que a condição de pretensão de validade seja aceite.

A aceitação do acto de comunicação posto em prática pelo sujeito activo significa a validação das “estruturas simbólicas” por parte do sujeito passivo, que desta forma reconhece e atribui valor de verdade ao acto de comunicação desencadeado pelo sujeito activo. Este reconhecimento produz simultaneamente a validação do discurso e a atribuição de valor de verdade ao acto de comunicação. O resultado traduz-se em conhecimento por parte dos participantes envolvidos no discurso. É tendo como ponto de partida o entendimento que se constrói a intersubjectividade que, sendo catalisadora das relações humanas, potencia a socialização. O inverso também é verdadeiro: é mediante a intersubjectividade que se alcança o entendimento.

¹⁰⁸ J. Habermas. Racionalidade e Comunicação. Pp. 12-13

“(...) A razão humana é dialógica e portanto não se pode decidir que normas são morais senão através de um diálogo que se processa entre todos os afectados por elas, e que leve à convicção por parte de todos que as normas estão correctas”.¹⁰⁹

Os conflitos que se estabelecem no âmbito da acção empresarial ocorrem com base numa divergência de finalidades que opõe sujeito activo e sujeito passivo, e que se instala por via do incumprimento do normativo de validade do acto de comunicação. Todavia, subjacente à validade do acto de comunicação está o entendimento, que na ética empresarial alcançável pela procura do bem que a própria actividade da empresa pode proporcionar à sociedade. Neste sentido, A. Cortina afirma que “a ética da empresa é (...) uma parte da ética aplicada como é toda a ética das organizações e profissões, e tem de reflectir sobre como aplicar os princípios mencionados à actividade empresarial.”¹¹⁰ A finalidade da empresa, definida na prática dos actos de gestão, não pode ser um fim em si mesmo, na medida em que não se ocupa directamente nem da felicidade nem das suas consequências. A centralidade da sua acção deve corresponder à razão e decidir que normas são mais correctas, estabelecendo um diálogo com todos os afectados que termine num acordo no qual prevaleça a racionalidade da decisão.

A interactividade dos sujeitos possui, ao nível das relações empresariais uma expressão que possibilita a alternância de papéis. Assim, o efeito de reciprocidade pode ser fortemente penalizador caso não se verifique o entendimento subjacente ao acto de comunicação. Considerando que o benefício da empresa resulta da sua capacidade para estabelecer relações interactivas com conteúdos válidos perante todos os sujeitos, a sua negação estabelece uma tensão fortemente penalizadora para o retorno esperado na actividade empresarial.

¹⁰⁹ (...) la razón humana es dialógica y que, por tanto, no se puede decidir qué normas son morales si no es a través de un diálogo que se celebre entre todos los afectados por ellas y que llegue a la convicción por parte de todos de que las normas son correctas. A. Cortina. Ética de la Empresa. P. 31.

¹¹⁰ La ética de la empresa es (...) una parte de la ética aplicada, como lo es toda ética de las organizaciones y de las profesiones, y tiene que reflexionar sobre cómo aplicar los principios mencionados a la actividad empresarial. A. Cortina. Ética de la Empresa. P. 33.

O princípio da reciprocidade deve ser dominante no plano da ética empresarial. À empresa, enquanto agente socialmente determinante e catalisador de diferentes relações sociais, compete traduzir essa influência num comportamento orientado no sentido em que a confiança se traduza no elemento fundamental do relacionamento entre sujeitos, já que, enquanto valor, a confiança representa a base da matriz identitária cuja representação simbólica permite a diferenciação. Neste contexto importa salientar que a existência da empresa se estrutura em torno do benefício que lhe é atribuído pela comunidade, e esse benefício só é alcançável face a um comportamento que assim o determina.

Observando a actualidade, este parece um alto padrão difícil de alcançar. Os diferentes modelos económicos que influenciam ou são influenciados por diferentes políticas macro económicas, impõem modelos de actuação quase sempre orientados pelo totalitarismo da quantificação, de onde se excluem as questões filosóficas de relacionamento, comprometendo-se desta forma a resolução de conflitos quer em resposta a novos problemas quer na defesa de ameaças que poderão exigir uma mudança de estratégia.

4. A necessidade emergente de uma nova Cultura Empresarial

4.1. A transformação Cultural da Empresa

Dos vários problemas que a humanidade enfrenta, há um que pode classificar-se como fundamental, pois contém a representação de todos os restantes. É a perda do sentido do *sentido*¹¹¹, isto é, o sentido da existência, o sentido da vida. Em causa está o valor único do homem em contexto cósmico, tanto ao nível da formação de uma consciência de relação com a natureza, como ao nível da formação de uma consciência de finitude.

A erosão a que foram sujeitos os valores tradicionais de expressão cultural levou à perda de referências sociais. Em seu lugar, surgiram um conjunto de regras jurídicas e outras convenções que, por via de uma regulamentação imposta socialmente, possibilitam o relacionamento social não comunitário, no sentido de uma partilha espontânea de diferentes vivências relacionais. Trata-se de um relacionamento social que privilegia as normas morais, sujeitando-as a uma responsabilização punitiva.

Para o individualismo que marca acentuadamente a nossa época, as normas morais, quando existem, são pensadas pelos indivíduos, eles mesmos, e não por referência ao universo comum tradicional como referência do exterior. Falar em individualismo é mais do que falar em vontade individual, é sobretudo referir a perda de um mundo comum. Neste sentido, a tradição vivida no mundo comum perde espaço, que é ganho pela argumentação que conduz à autonomia, acentuando-se assim a base formal do individualismo. E é através da capacidade de produzir uma argumentação racional que o indivíduo afirma a sua existência. Todavia, esta racionalidade que o indivíduo retira de si próprio, e que por via da argumentação transforma em universal, carece de sentido, dado que não comporta em si a definição de uma finalidade

¹¹¹ Sentido do *sentido*, expressão utilizada por Luc Ferry e cuja ausência representa uma certa forma de desacreditação da humanidade e do sentido da vida para cada indivíduo. Em causa está a finalidade do homem, a sua função própria, afirmando Luc Ferry que: “nous sommes là confrontés au problème fondamental de la laïcité, ce problème du sens du sens, c’est-à-dire la question du sens des projets à l’intérieur duquel nous conférons un sens à nos actions, y compris les plus quotidiennes”. Luc Ferry. *In* Le Temps de la Responsabilité. Frédéric Lenoir. P.227.

comunitária. A sua centralidade desenrola-se no plano individual traduzindo-se por objectivos que anulam essa finalidade. Assim, a acção passa a estar submetida a objectivos particulares, perdendo-se o sentido da finalidade comum, que é também a finalidade do próprio homem.

A desconfiança ou mesmo a antipatia do mundo empresarial em relação à ética faz parte de uma realidade que possui a sua razão na ausência da finalidade enquanto referência social comunitária.

“Para fazer um negócio é preciso esquecer-se a ética comum e corrente, porque os negócios têm as suas próprias regras de jogo, regidas por uma ética própria. Quem quer fazer negócio tem de deixar a ética à porta da empresa, como os muçulmanos deixam o calçado à porta das mesquitas”.¹¹²

Criticamente, A. Cortina apresenta-nos uma das interpretações clássicas de ética que tem lugar no mundo empresarial. Entender-se que os negócios têm as suas próprias regras, regidas por uma ética própria, significa antes de mais, que existe um isolamento, um secretismo que envolve o processo de negócio e que apenas o seu âmbito restrito possibilita o bom sucesso desse mesmo negócio. Ora este é o princípio primeiro de uma desconfiança que se instala em todos os agentes que se encontram excluídos do processo negocial, mas que por ele são afectados. O sentido essencial da negociação deixa de ser o valor em si do negócio, isto é, a sua utilidade comunitária, para se tornar num objectivo de abrangência restrita. Também aqui a individualidade se sobrepõe ao sentido da finalidade, e o aparente benefício para todos fica sujeito ao condicionalismo dos objectivos de um núcleo de decisores, o que dificilmente poderá representar um benefício para todos. Frequentemente, quando são conhecidos os aspectos que envolvem as negociações empresariais, são conhecidas práticas reveladoras de uma acção que, em si mesma, não faz uso de boas práticas. O segredo não pode ser a alma do negócio. O negócio envolve toda uma comunidade de sujeitos, que, no espaço concreto das suas vivências, são afectados pelos negócios das empresas, seja do ponto de vista da sua

¹¹² Para hacer negocio es preciso olvidarse de la ética común y corriente, porque los negocios tienen sus propias reglas de juego, regidas por una ética propia. Quien quiera hacer negocio há de dejar la ética en la puerta de la empresa, como dejan los musulmanes el calzado a la puerta de la mezquita. A. Cortina. Ética de la Empresa. P.76.

afecção ao mercado de consumo, seja do ponto de vista da sua afecção ao mercado de trabalho. Nestas circunstâncias, o secretismo desenvolve uma resistência de âmbito social que só pode ser anulado num contexto de imposição. Os meios de comunicação social dão um inestimável contributo a este jogo, fazendo uso de uma prática informativa recheada de deontologia jornalística, mas cuja acção junto da sociedade se concretiza através de um modelo de negócio, com regras próprias, onde se nega o sentido do *sentido* reduzindo-o aos objectivos individuais concretos.

Quando A. Cortina se refere à semelhança entre um processo eleitoral e um processo de consumo enquanto actos praticados com a mesma expressão de valor^{113/114}, há uma ideia forte que nos absorve. Em ambos os casos, há um sentido comum entre consumo e acto eleitoral. Os indivíduos habitantes de uma determinada comunidade são entendidos como sujeitos inorgânicos, aos quais se tenta reduzir a possibilidade de participação nas actividades comunitárias, como é o caso da participação política. A excepção faz-se exclusivamente em relação ao processo de voto, que compreende somente o acto eleitoral, matéria em que os políticos se transformam temporariamente em objecto de consumo do eleitorado, também observado como consumidor, e cujas possibilidades de escolha no mercado (eleitoral) são condicionadas por valores provenientes da secreta ética de negócios que de todos é desconhecida.

A realidade actual é, deste ponto de vista, implacável com o sentimento comunitário, que neste momento se resume a um espaço delimitado por fronteiras, no interior do qual os seus habitantes partilham uma língua comum.

¹¹³ (...) la libertad de consumo se presenta como la expresión más acabada de la “democracia económica” Y la más clara exteriorización de la libertad personal. A fin de cuentas – dicen los defensores de esta posición-, el consumidor se comporta como un ser “libre” que, haciendo uso de su soberanía, deposita su “voto-euro” en un producto: vota por él. A. Cortina. Por una Ética del Consumo. P.123.

¹¹⁴ Los ciudadanos se comportan como consumidores que optan ante unos productos u otros, ante las ofertas de los empresarios; el *homo oeconomicus* explica también la organización política. A. Cortina. Ética sin moral. P.261.

Mas, voltando à ética no mundo empresarial e fazendo uso de um outro enquadramento crítico, A. Cortina destaca a dificuldade de se conseguir uma ética empresarial, desde logo a partir da singular perspectiva da missão da empresa.

“A missão da empresa consiste em maximizar benefícios, em termos de dinheiro, de prestígio e poder, desafiando uma guerra em que qualquer meio é bom, qualquer meio é justificado se conduz ao fim. Não há valor superior no mundo comparável à conta de resultados (...)”¹¹⁵.

Utilizando um conceito crítico e imprescindível na orientação da actividade empresarial, A. Cortina coloca em evidência uma frequente concepção tomada como válida pelos agentes que lideram a vida das empresas, e que porventura será a que mais contribui para a impenetrabilidade dos valores éticos na estrutura organizativa da empresa.

Ao definir-se a missão da empresa, definem-se igualmente o seu carácter e os seus valores, mas sobretudo, define-se a orientação de acções intersubjectivas que contêm implicitamente a significação da actividade empresarial. Todavia, a missão da empresa só é válida se circunscrita aos seguintes pressupostos. Em primeiro lugar, o mundo exterior com o qual a empresa interage, tem de lhe conferir o seu espaço de existência, espaço esse onde a organização empresarial desenvolve a sua actividade e sobre o qual actua. Trata-se de um espaço social constituído por agentes consumidores, ou disponíveis para o consumo, concorrentes, e por outras instituições cooperantes no desenvolvimento da actividade empresarial. A organização empresarial instala-se e ocupa este espaço social dando a conhecer o carácter e os seus valores, e deste ponto de vista, a missão da empresa será o núcleo orientador da sua actividade. Alterando-se a missão da empresa, todos os pressupostos iniciais estarão em causa, pelo que a missão deve ser pensada de tal forma que possa ser entendida como o pressuposto de acção de todos os sujeitos que fazem parte e interagem de forma cooperante com a empresa, como seja o caso de fornecedores. A missão de qualquer

¹¹⁵ La misión de la empresa consiste en maximizar beneficios, en términos de dinero, prestigio y poder, de suerte que es ésta una guerra en la que cualquier medio es bueno, cualquier medio queda justificado, si conduce al fin. No hay valor superior en este mundo al de una cuenta de resultados (...) A. Cortina. Ética de la Empresa. P.76.

organização empresarial pressupõe ainda a explicitação da sua finalidade, que neste contexto desempenha um papel catalisador dos diferentes discursos que possibilitam o entendimento, tendo sempre em vista o cumprimento da missão.

Os benefícios não fazem parte da missão da empresa, justamente por serem uma consequência da sua actividade. Pensar a missão do ponto de vista de um benefício, nomeadamente financeiro, retira à organização empresarial o espaço natural da ética. O benefício representa o retorno da acção da empresa, pelo que a sua obtenção não pode estar sujeita a um jogo em que tudo conta para atingir um fim: os resultados financeiros. Os benefícios são o reconhecimento social da actividade empresarial, e naturalmente incluem resultados financeiros. Mas a forte orientação para os resultados financeiros transformou-se no maior obstáculo à ética empresarial. O triplo efeito do dinheiro, do prestígio e do poder, submete a actuação empresarial a uma noção de benefício sujeita aos resultados financeiros, alterando por esta via o conceito de missão da empresa.

Frequentemente, o entendimento ético no plano da organização empresarial restringe-se ao “cumprimento da legalidade e à sujeição às leis de mercado”.¹¹⁶ A observância da legalidade, na empresa, como em qualquer outra circunstância da vida social, individual ou colectiva, não desonera a importância de uma acção ética. O cumprimento dos normativos legais impõe, nalguns casos, a circunstância da acção, mas não determina formas de relacionamento intersubjectivo. Aliás, quando se trata apenas do cumprimento dos dispositivos legais, até o seu próprio cumprimento pode ser posto em causa,¹¹⁷ uma vez que a aplicação da norma legal não está sujeita à reflexão ética. A mesma circunstância aplica-se

¹¹⁶ (...) el cumplimiento de la legalidade y la sujeción a las leyes del mercado. A. Cortina. Ética de la Empresa. P.76.

¹¹⁷ Segundo divulgação feita recentemente por um jornal económico português, “a JPMorgan Chase e o Departamento de Justiça dos EUA chegaram a um valor que permite o entendimento e coloca um ponto final a vários procedimentos legais. O banco norte-americano em causa, aceitou pagar 13 mil milhões de dólares – quase 10 mil milhões de euros”. (...) Este entendimento ocorre após “a administração Obama decidir criar um grupo de trabalho que procedesse à investigação das actividades fraudulentas que contribuíram para a crise financeira. O JPMorgan foi uma das primeiras entidades visadas pelo grupo de trabalho. Em causa estaria a venda de pacotes de obrigações hipotecárias (...) e com este negócio muitos investidores foram enganados”. In Jornal de Negócios. 19 de Novembro de 2013.

igualmente “às leis de mercado”¹¹⁸, continuamente desrespeitadas por importantes agentes de mercado. Em ambas as circunstâncias, a ausência do carácter ético tem como consequência o incumprimento legal e deontológico, num claro prejuízo para os restantes sujeitos em relação. Justamente porque a empresa é um sujeito em relação, a ética deverá ser um elemento de destaque na definição do seu posicionamento, o qual está intimamente associado à sua identidade. Estes são conceitos que não derivam da lei, mas sim de uma partilha intersubjectiva de responsabilidades sociais.

Por outro lado, os problemas morais não podem ser resolvidos através do cumprimento da legalidade. A legalidade decorre da normalização universal de comportamentos sociais, mas é à ética que compete a reflexão e o questionamento das relações sociais, designadamente em processos onde se percebem focos de ocorrências, cujo conteúdo paradigmático possui consequências ao nível da interacção entre sujeitos.

A sabedoria alcançada pela humanidade não pode ser usada com efeitos prejudiciais na vida das pessoas, razão pela qual a ética faz parte de uma necessidade alargada que se tornou fundamental: formar uma consciência que observe o interesse de todos os indivíduos independentemente da sua condição. Confrontamo-nos, presentemente, com processos de construção ideológica, destinados sobretudo à protecção de interesses específicos das classes dominantes. Trata-se de uma reorganização da sociedade pós-capitalista que redefine o espaço social em função da supressão da tradicional economia de produção massificada. Em seu lugar figura agora o saber. Todavia, esta alteração desacompanhada de uma reflexão ética, tanto ao nível da empresa, como num plano mais alargado, ao nível social, produz uma extensa disfuncionalidade nas diferentes formas de relacionamento entre os sujeitos. Os

¹¹⁸ Por leis de mercado, deve entender-se um conjunto de disposições convencionadas entre os vários agentes empresariais que actuam num mesmo mercado, e que recorrem a práticas concorrenciais concertadas no âmbito das especificidades do negócio. Recentemente uma grande distribuidora nacional colocou em causa as leis de mercado quando, numa atitude inesperada, decidiu comercializar todos os produtos por metade do seu valor real. Esta acção, apesar de temporária, criou grande instabilidade no mercado, quer ao nível dos concorrentes, quer ao nível dos fornecedores que sofreram fortes prejuízos. Os fornecedores, apesar de parceiros inestimáveis deste negócio (grande distribuição), foram excluídos de qualquer processo de diálogo, conforme exigiria a sua condição de sujeitos em relação.

pressupostos legais deixam de ter validade, e o indivíduo comum deixa de se rever nas instituições tradicionais, entrando em sucessivos processos de desacreditação que atingem necessariamente a empresa.

A ética da responsabilidade deve ser observada e entendida como um bem fundamental e necessário da sociedade do saber, e o mundo empresarial não pode prescindir da sua aplicação. Tal como afirma François Guiraud, “o mundo é ingerível se não entrarmos na lógica da responsabilidade. As pessoas sentem-no e querem entrar na responsabilidade”¹¹⁹. Deste ponto de vista, entendendo-se a empresa como um espaço privilegiado de relações sociais, cabe-lhe o papel de principal impulsionador, naquele que será um acto de profunda consciência social tendo em conta a dinâmica de relacionamentos que se estabelece através das instituições empresariais, e sua afectação aos relacionamentos do “mundo da vida”¹²⁰. Perceber e reflectir sobre diferentes contextos, eles mesmos colocados à sociedade pelo mundo empresarial enquanto espaço condutor da tecnociência, aumenta a responsabilidade empresarial para com a sociedade relativamente às mudanças que lhe são impostas. Por outro lado, a opinião pública vive acomodada no cepticismo, cuja origem se encontra em grande parte no mundo empresarial. Os sucessivos processos de desacreditação que se estabelecem através dos diferentes movimentos financeiros e de mercado de capitais ignoram formas de relacionamento comunitário, algo que é percepcionado de forma confusa pela sociedade.

É necessário recuperar o sentido da empresa e dirigir a sua actividade em função da satisfação das necessidades sociais, percebendo que só a partir desta inversão face ao contexto actual será possível a obtenção de benefício. Esta é uma realidade que não pode ser observada normativamente, através de leis, mas fará certamente parte integrante de um plano cultural empresarial, numa lógica de responsabilidade repartida que permitirá responder aos problemas do nosso tempo.

¹¹⁹ (...) le monde est ingérable si on n'entre pas dans la logique de la responsabilité. Les gens le sentent et veulent entrer en responsabilité. François Guiraud *in* Le Temps de la Responsabilité. Frédéric Lenoir. P. 127.

¹²⁰ O “mundo da vida” representa em Habermas o espaço colectivo onde têm lugar as relações intersubjectivas.

4.2. A constituição de um novo espaço de Identidade

“Uma nova cultura empresarial como a que pode emergir de um modelo pós-taylorista é o resultado de um processo de renovação continuado de valores compartilhados, renovação que se realiza desde um taylorismo herdado que ainda é dominante, mas que está sendo substituído por novos modelos de empresas, caracterizadas por novos valores emergentes para responder a novos desafios”.¹²¹

O taylorismo revela-se no início do século XX e constitui-se como um modelo de administração científica. Propondo a organização racional do trabalho, este modelo sustenta-se na divisão de funções com o argumento da maior eficiência do trabalho, para o qual contribuirá a selecção e treino de trabalhadores em funções específicas. A especialização operária é um dos instrumentos da administração científica, em paralelo com a análise e estudo dos tempos de trabalho, o desenho de cargos e tarefas, incentivos e prémios de produtividade. Neste contexto, verifica-se a padronização nas diferentes etapas do processo produtivo, em que o homem é entendido como mais uma peça do sistema produtivo, numa atitude passiva, estigmatizada pelo desencorajamento de tomar iniciativas. Na realidade, a padronização do trabalho, transforma-o em trabalho intensivo, em que todas as etapas são medidas e quantificadas para satisfazer objectivos de produtividade, relativamente aos quais, os trabalhadores são meios em tudo comparáveis a outros, e em que o trabalho é orientado apenas como um instrumento de produção.

Este modelo contém em si mais uma fase do progresso capitalista, numa clara necessidade de crescimento ou de reorganização do tecido social produtivo, cuja acentuação expansionista verifica-se em períodos históricos bem determinados.

O taylorismo sofrerá sucessivas alterações decorrentes da integração de novos contextos sociais e políticos, em parte resultantes da própria instrumentalização do trabalho, que esteve na origem da constituição de diferentes grupos de pressão em permanente tensão

¹²¹ Una nueva cultura empresarial como la que puede emerger de un modelo postaylorista es el resultado de un proceso de renovación continuada de unos valores compartidos. Renovación que se realiza desde un taylorismo heredado que aún sigue siendo dominante pero que está siendo sustituido por nuevos modelos de empresa, caracterizados por unos valores que emergen y con los que responder a nuevos desafíos. A. Cortina. Ética de la Empresa. P. 113.

face à realidade científica do modelo de administração da empresa e do trabalho. Por outro lado, a rigidez do modelo taylorista mostra-se incapaz de responder a necessidades de adaptação e maior rapidez em mercados mais complexos. Para satisfazer este novo desafio, o taylorismo reorganiza-se, mantendo o princípio da produção intensiva, mas melhorando condições de trabalho e remuneratórias, mantendo-se no entanto a cultura empresarial de especialização do trabalho, segundo a qual, cada trabalhador apenas conhece uma tarefa específica, a sua, desconhecendo, no limite, o motivo pelo qual a realiza, já que o único factor de relevo na produtividade faz-se exclusivamente em ordem à quantificação de bens produzidos e colocados no mercado de consumo.

Actualmente, a matriz base deste modelo não se encontra completamente abandonada, pelo que, quando A. Cortina propõe uma nova etapa na administração da empresa chamando-lhe pós-taylorismo, tal significa a emergência de uma nova cultura empresarial cuja expressão se refere a um novo paradigma de produção de bens, orientado sob a perspectiva da utilização do saber nas diferentes etapas do processo produtivo, que compreende o sentido de responsabilidade no âmbito do processo de decisão. Perante novos desafios de incerteza e inovação, os conceitos tayloristas alteram-se. No quadro desta mudança, a ética surge como um parâmetro constitutivo de novos métodos de organização do trabalho. A disciplina e práticas humilhantes de outros tempos são eliminadas e em seu lugar surgem formas responsabilizadoras de trabalho.

Mas, influências do modelo taylorista não deixam de se fazer sentir, sobretudo ao nível da divisão do trabalho, onde se pressupõe que cada um realize apenas uma pequena parte da tarefa global. Consequentemente, os vários sujeitos envolvidos na realização de uma qualquer tarefa não podem razoavelmente ou convincentemente afirmar a sua responsabilidade pelo resultado final. A responsabilidade, de tão distribuída torna-se rarefeita, e esta noção tem implicações directas no papel vivido por cada sujeito na sociedade. Dividido entre muitas tarefas de natureza relacional executadas em diferentes ambientes que obrigam ao

desempenho de um papel próprio e sendo insubstituível nos diferentes papéis que desempenha, o indivíduo vive igualmente a duplicidade imposta por papéis que estipulam a forma exacta como deve proceder. E neste sentido, a responsabilidade recai sobre o desempenho de determinado papel, ignorando-se o plano das relações intersubjectivas.

Se o capitalismo centrado na figura do capitalista deu lugar ao capitalismo financeiro, no pós-capitalismo, a estrutura identitária das empresas altera-se. Os novos donos têm como objectivo a remuneração do capital investido, exercendo o seu papel de accionistas. Todavia, entre estes accionistas podemos encontrar trabalhadores e consumidores, ou ambos. Esta realidade caracteriza o pós-taylorismo, espelho do pós-industrial, e ambos dão origem a um novo conceito de organização empresarial. O que fazemos e o que os outros podem fazer terá consequências, nalguns casos profundas, na medida em que, entre as acções e os seus efeitos existe uma distância espácio-temporal que dificulta a avaliação das mesmas. Nestas condições, a moderna administração empresarial não pode abdicar de uma visão ética que promova ideais partilhados no espaço intersubjectivo.

A sociedade da era pós-industrial caracteriza-se ainda pela alteração das referências culturais, transportando-as até ao interior das empresas. Uma global melhoria de vida dos trabalhadores impulsiona uma outra atitude na vida das empresas, que passam a sentir a necessidade de utilizar o conhecimento dos trabalhadores como forma de melhorar os seus próprios resultados. Naturalmente que este processo não é alheio o facto de a sociedade se ter transformado numa sociedade do saber, onde os processos comunicacionais assumem a preponderância do processo produtivo.

A era pós-industrial altera a razão da produção transformando as características dos mercados num curto espaço de tempo. A passagem da produção intensiva a uma produção que desenvolve estratégias para manter a sua competitividade, ou seja, para manter o seu lugar no mercado, modifica a estrutura interna da empresa e a sua relação com o exterior. Internamente promovem-se novos modelos de organização do trabalho, para os quais se

procura a adesão dos trabalhadores, garantindo assim o sucesso da empresa em matéria de competitividade e inovação, num ambiente de tensão permanente em prol da sobrevivência.

Ao analisar o taylorismo e pós-taylorismo, A. Cortina acentua a diferença social gerada pelo contexto produtivo e a sua importância no âmbito das relações sociais que se vão gerando com base nesse mesmo processo. Neste sentido, A. Cortina diz-nos que:

“A empresa não é um grupo humano qualquer. Encontramo-nos perante um grupo capaz de gerar riqueza, de responder a necessidades sociais e de avaliar as dimensões da sua produtividade. Esta posição aumenta numa instituição legitimada por valores éticos partilhados por quem com ela se relaciona, desde trabalhadores a quadros directivos, passando pelos provedores e clientes.”¹²²

Só a prática de uma nova abordagem cultural permite que a empresa se desenvolva como um espaço de interacção, no sentido de alcançar uma atitude responsável. “A empresa não é um grupo humano qualquer”, diz-nos A. Cortina, valorizando o homem e a organização, integrando-os numa visão ética que substitui o anterior princípio da obediência pelo princípio da responsabilidade, só alcançável através de um novo método de gestão que reconheça a necessidade de adesão aos princípios éticos, na medida em que a “empresa não é um espaço social qualquer, mas âmbito de relações humanas que podem contribuir directamente para a criação de uma sociedade mais justa”¹²³.

A empresa participa activamente nos relacionamentos do espaço social, potenciando um conjunto de relações humanas que determinam a liberdade, mas também a independência e autonomia dos sujeitos. Se, por um lado, o consumo se tornou um espaço de socialização, isso significa, por outro lado, que a empresa tende a ser um lugar privilegiado para o desenvolvimento de uma matriz de valores individuais que influenciam todo o seu espaço

¹²² La empresa no es un grupo humano cualquiera. Nos hallamos ante un grupo capaz de generar riqueza, de responder a unas necesidades sociales y de evaluar las dimensiones de su productividad. Y será así en la medida en que se plantee como una institución legitimada en el marco de unos valores éticos compartidos por quienes se relacionan con ella, desde los trabajadores a los directivos pasando por los proveedores y los clientes. A. Cortina. Ética de la Empresa. P. 101.

¹²³ (...) la empresa no es un espacio social cualquiera sino ámbito de relaciones humanas que puede contribuir directamente a la creación de una sociedad más justa. A. Cortina. Ética de la Empresa. P. 101.

social de acção. Este aspecto coloca-se de forma mais precisa se considerarmos que a estrutura institucional da sociedade sofreu profundas alterações, tanto ao nível familiar, como ao nível comunitário, enquanto espaço de partilha. Neste sentido, a empresa marca, com alguma profundidade, o sentido do relacionamento social, pondo em prática uma orientação ética que valoriza a responsabilidade social empresarial.

Ao considerar-se a empresa com capacidade para potenciar e condicionar as relações humanas que marcam o relacionamento social, estamos a considerar a possibilidade e a necessidade da co-responsabilidade da empresa no estabelecimento de um conjunto de normas, cujo consentimento e aceitação é importante que seja feito por todos os que são directamente afectados, num exercício em que a harmonização e a aceitação das normas deverão ser de permutação com o ambiente social exterior, enquanto espaço privilegiado para os critérios de justiça e sua prática.

Diz-nos A. Cortina que a realidade institucional “não é um mecanismo que funcione à margem das pessoas que nela trabalham. A aceitação de um conjunto de normas comuns não se realiza sempre de forma homogénea”¹²⁴, pelo que as decisões institucionais devem contar com a participação de todos os sujeitos atingidos pela decisão. Se o modelo taylorista previa uma estrutura hierarquizada bem determinada, na base da qual se encontravam sujeitos sem opinião válida na estrutura hierárquica, e consequentemente, desvinculados do processo de decisão, na sociedade pós-industrial, o saber e o conhecimento representam a capacidade distintiva das empresas. A força que representa o diálogo racional sobre atitudes da empresa, orientações e disposições normativas de comportamento relacional, só tem aceitação se submetida a um processo de reflexão. A empresa da sociedade pós-industrial representa o projecto de um grupo constituído pela instituição e pelos seus trabalhadores.

¹²⁴ Esta realidad institucional no es un mecanismo que funciona al margen de las personas que trabajan en ella. La aceptación de un conjunto de normas comunes no se realiza siempre de forma homogénea. A. Cortina. Ética de la Empresa. P.101.

A sociedade em rede é uma das mais marcantes características da era pós-industrial. Esta nova forma de organização e transmissão de informação tem impactos decisivos na estrutura das empresas, a começar pelo plano de financiamento da actividade empresarial. A remuneração de accionistas assume um papel de destaque na acção empresarial na actualidade, e este é o grande ponto de viragem na cultura empresarial face ao passado. O dono da empresa, o capitalista burguês, pretendia retirar benefícios pessoais da actividade da empresa que possuía, mas sobretudo, pretendia o sucesso do seu projecto, cujo “impulso moral com força motivacional vinculante era a melhoria pelo próprio esforço. Deste modo, a legitimidade do capitalismo provinha de um sistema de recompensas enraizado no trabalho como cimento moral da sociedade”¹²⁵, afirma A. Cortina ao comentar o empresário burguês que está na origem do capitalismo. Na actualidade, porém, a dispersão do capital da empresa por accionistas retira-lhe a solidez e ambição de um projecto pessoal e o lucro destaca-se como o único benefício pela participação do accionista no capital da empresa. Deste ponto de vista, a actividade da empresa transforma-se numa sistemática operação, cujo carácter financeiro afecta o exercício da decisão no interior da empresa.

Segundo A. Cortina, o processo económico actual “não fixa fins socialmente vinculantes”. (...) O individuo elege os seus próprios fins particulares”¹²⁶ e a economia, conduzida pelas empresas, desenvolve e sustenta uma racionalidade onde se “respeitam todos os fins individuais, coordenando-os mediante o sinal dos preços de mercado”¹²⁷.

O desafio da economia na era pós-industrial consiste em estabelecer a convergência entre os diferentes aspectos quantitativos e a qualidade da acção que leva ao cumprimento da missão da empresa. Esta convergência só é alcançável se a empresa incorporar a ética como factor estruturante na procura de sentido na sua actividade. Perante esta nova matriz

¹²⁵ El impulso moral con fuerza motivacional vinculante era el mejoramiento por el propio esfuerzo. De este modo la legitimidad del capitalismo provenía de un sistema de recompensas enraizado en el trabajo como cimiento moral de la sociedad. A. Cortina. Ética de la Empresa. P. 57.

¹²⁶ (...) su racionalización formal no fija fines socialmente vinculantes, sino que cada individuo elige sus propios fines particulares. A. Cortina. Ética de la Empresa. P. 62.

organizativa surge a necessidade de uma nova cultura de empresa, estruturada em torno do projecto entendido como um projecto integral de todos os sujeitos que se relacionam com a empresa, promovendo-se desta forma um conceito de filosofia empresarial que dará como fruto um determinado modo de fazer, um estilo próprio que diferenciara a empresa no mercado.

A mutação¹²⁸ de papéis vividos pelos diferentes sujeitos em relação reforça a necessidade de entender a empresa como um projecto integral, já que este entendimento acentua o conceito de uma filosofia empresarial, que deve contemplar a diferença entre sujeitos, respeitando as diferentes geografias que fazem parte da sua actividade.

O mercado é um espaço que recebe e partilha, é o lugar de interacção exterior à empresa, mas é também o seu suporte de sobrevivência. Neste sentido, todas as atitudes empresariais são percebidas pelo mercado que as devolve idealmente sob a forma de benefício, o que faz da empresa um conjunto de relações humanas de onde brotam segundo uma finalidade determinada, pelo que “há sempre uma dimensão moral presente. A questão é mais propriamente saber qual”, diz-nos A. Cortina.¹²⁹

A sociedade pós-industrial desenvolve um novo conceito de empresa que tem por base as capacidades humanas segundo duas perspectivas complementares: responde a necessidades e interesses que redefine e modifica. Este movimento caracteriza o modo como a empresa participa no ambiente social que a envolve e revela-nos a forma como interage. Todavia, esta interdependência entre necessidades e interesses em permanente renovação, obedece a uma dimensão moral que faz parte da dimensão interna da empresa, não podendo ser entendido como um instrumento para alcançar benefícios empresariais de ordem

¹²⁷ (...) una racionalidad funcional, por la que se respetan todos los fines individuales, coordinándolos mediante la señal de los precios del mercado. A. Cortina. Ética de la Empresa. P. 63.

¹²⁸ A mutação de papéis compreende uma variação identitária num mesmo espaço temporal dos diferentes sujeitos em relação. É o caso, por exemplo de um trabalhador que desempenha igualmente o papel de accionista e de consumidor da empresa onde trabalha. Esta tríptica acção leva a que o trabalhador tenha atingido a extraordinária capacidade de intervir activamente nas decisões empresariais.

¹²⁹ (...) ya siempre tiene una dimensión moral. La cuestión es más bien saber cual. A. Cortina. Ética de la Empresa. P. 130.

exclusivamente financeira. A dimensão moral da empresa deve sobretudo, servir como um modo de legitimação da acção empresarial perante a comunidade social, possibilitando a valorização moral das suas decisões.

“ (...) Se não existe uma racionalidade empresarial neutra, se todas as acções empresariais respondem a múltiplos interesses sociais que podem entrar em conflito, se existe uma interdependência entre benefícios e custos, então perguntar pela eficácia (...) não pode ser um assunto exclusivo do cálculo económico, deve depender também de uma resposta entre todos os afectados e implicados”¹³⁰.

Desta forma, A. Cortina une dois conceitos que, não sendo recentes, são um activo imprescindível do léxico das modernas técnicas de gestão. Benefícios, que representam o retorno da actividade, e custos, sem os quais a actividade empresarial não seria possível. A mediação entre estes dois conceitos é feita pela eficácia com que se procede à avaliação das acções empresariais no sentido de lhes atribuir valor ético.

4.3. Deverá a liderança empresarial ser uma liderança moral?

“O director converteu-se numa das personagens mais significativas na cultura do fim do século. Não só pela importância das decisões que deve tomar ou pela capacidade de gestão que deve demonstrar. A sua liderança ultrapassa as fronteiras da empresa. É uma liderança social e dele espera-se uma conduta exemplar.”¹³¹

A evolução sociocultural da consciência moral reflecte as alterações fundamentais da sociedade. Se entendermos que morais são todos os sistemas de valores que dizem a melhor forma de nos comportarmos, para que possamos reagir perante casos de alguma vulnerabilidade, então a moral pode ser entendida como um projecto de protecção que faz parte das formas de vida socioculturais, e que tem como objectivo proteger e compensar vulnerabilidades instaladas.

¹³⁰ (...) si no existe una racionalidad empresarial neutra si más bien todas las acciones empresariales responden a múltiples intereses sociales que pueden entrar en conflicto, se existe una interdependencia de beneficios y costes, entonces preguntar por la eficacia (...) no puede ser asunto exclusivo del cálculo económico, debe depender también de una respuesta entre todos los afectados e implicados. A. Cortina. Ética de la Empresa. P. 130.

¹³¹ El directivo se ha convertido en uno de los personajes más significativos en la cultura del fin de siglo. No sólo por la importancia de las decisiones que debe tomar o por la capacidad de gestión que debe demostrar. Su liderazgo

A partilha intersubjectiva do mesmo universo por sujeitos dotados da mesma capacidade de linguagem projecta-os em processos comunicativos de formação de identidades, individuais e colectivas. Por outro lado, a diferenciação das estruturas sociais corresponde a uma autodeterminação crescente do individuo e promove a sua ligação simultânea a diversos esquemas de dependência social, desencadeando uma maior exposição que necessita de ser protegida. A lei, por ser geral e abstracta, não satisfaz necessidades específicas ao nível funcional para prosseguir uma autonomia e racionalidade orientadas para os fins específicos de cada individuo, facto que é suprido pela argumentação racional, fonte de legitimidade moral. Todavia, as abordagens deontológicas das organizações empresariais tem apresentado como tendência o estabelecimento de códigos de conduta que em si mesmo representam a possibilidade do questionamento da própria deontologia estabelecida, já que a lógica que preside à formação de critérios deontológicos no âmbito das organizações empresariais está sujeita à imparcialidade de conteúdo moral. Na sua génese encontram-se factores punitivos circunscritos a decisões baseadas em procedimentos jurídicos relativos ao exercício do poder, e não em discursos morais institucionalizados. Deste modo, estabelecem-se procedimentos instrumentais que não têm na norma moral um fim em si mesma, mas apenas um meio para atingir um fim, obedecendo muitas vezes a modelos políticos de actuação. A este propósito, F. Guiraud observa criticamente os códigos de conduta de organizações empresariais de matriz anglo-saxónica, afirmando que: “os códigos de conduta podem (...) colocar problemas e apresentar riscos: demasiado completos e precisos, não deixam lugar à iniciativa e conduzem à lógica da obediência”.¹³² Esta lógica de obediência a que se refere F. Guiraud conduz à afirmação do poder, revelando-se um meio através do qual se provoca a exclusão do discurso moral.

há transcendido las fronteras de la empresa. El suyo es ya un liderazgo social y por ello se espera de él una conducta ejemplar. A. Cortina. *Ética de la Empresa*. P.95.

¹³² (...) les codes de conduite à l'anglo-saxonne peuvent aussi poser des problèmes et présentent des risques: trop complets et précis, ils ne laissant plus de place à l'initiative et conduisent à la logique de l'obéissance. F. Guiraud. *In Le Temps de la Responsabilité*. Frédéric Lenoir. P.123.

Os códigos deontológicos integram largamente o discurso empresarial da actualidade, e a questão que se coloca consiste em saber se nesta atitude existe uma visão ética que se pretende defender, ou se se trata simplesmente de trazer a ética para o discurso empresarial evitando assim que todo o sistema deflagre.

Para ambos os casos, o caminho que se trilha indica o sentido de uma moral que toma como ponto de partida as relações de reconhecimento recíproco, nas quais os sujeitos adquirem e afirmam intersubjectivamente a sua liberdade. Aquilo que somos, no plano individual ou colectivo, resulta da nossa relação com os outros, pelo que, o objectivo a alcançar é inevitavelmente um objectivo social, tanto ao nível do conteúdo como da forma, uma vez que é no social que encontramos o *locus* dos juízos morais. Neste sentido, também as lideranças empresariais terão tendência a assumir pontos de inflexão que se transformarão numa espécie de mudança de estado, e no interior dessas mudança os valores éticos sairão revitalizados, já que, como afirma F. Guiraud:

“No mundo inteiro surge uma imensa procura por mais autonomia, especialmente entre os jovens. (...) Creio que este desejo de mais liberdade é, no fundo, a manifestação de que os homens percebem confusamente, como um reflexo de prudência ou de sobrevivência, que só a lógica da responsabilidade repartida permite responder aos problemas do nosso tempo”.¹³³

Se o dia-a-dia nos confronta com diversos problemas práticos em diferentes situações perante os quais é necessário assumir uma decisão, no plano empresarial, a decisão é um dos aspectos constitutivos do seu ADN, e decorre de um processo de deliberação, no interior do qual se determinam os meios adequados para atingir os fins. Deste modo, a prática da actividade empresarial consubstancia-se na tomada de decisões, que, por via de relacionamentos difusos, possui um contexto de interacção alargado, o mesmo é dizer que qualquer decisão empresarial afecta não só os sujeitos directamente visados, mas também

¹³³ Dans le monde entier apparaît une immense demande de plus d'autonomie, notamment chez les jeunes. (...) Je crois que cette soif de plus de liberté est, au fond, la manifestation que les hommes perçoivent confusément, comme en un réflexe de sagesse ou de survie, que seule la logique de la responsabilité répartie permet de répondre aux problèmes de notre temps... . F. Guiraud. *In* Le Temps de la Responsabilité. Frédéric Lenoir. Pp.124-125.

sujeitos de relacionamentos indirectos. Embora o processo de tomada de decisão possa enfrentar diversas possibilidades de acção, no plano empresarial, a decisão apresenta-se idealmente tendo em conta a filosofia, a cultura e a política empresarial, num contexto de racionalidade própria face ao problema em concreto. Em causa estará sempre a pretensão de alcançar determinado objectivo, mesmo quando esse objectivo se torna problemático face a alterações súbitas. O que se procura são as razões para uma decisão racional, se for o caso, mesmo entre os próprios objectivos. A escolha a realizar terá sempre como suporte as razões para uma decisão racional. Trata-se da escolha racional dos meios face a determinados fins, ou da avaliação racional dos fins face às possibilidades existentes. Em ambas as circunstâncias, a vontade é estabelecida concretamente pelos desejos e valores que formam os sujeitos sobre os quais recai a faculdade de decisão, que apenas desenvolvem como alternativa a escolha dos meios ou a fixação dos fins. Segundo Habermas, “uma teoria moral que já não reclame conhecer o *telos* “do” bem viver terá de deixar sem resposta a pergunta – porquê ser moral?”.¹³⁴

As indicações de conduta expressam o que se deve fazer face a um determinado problema, e no plano da acção empresarial constituem o resultado de uma valorização inscrita na autocompreensão. A complexidade desta matéria será bastante significativa para as organizações empresariais caso os sujeitos com faculdade de decisão não se revejam no projecto de identidade da empresa. Este aspecto coloca-se de forma problemática na actualidade devido a dois factores relevantes: o primeiro prende-se com a dispersão do capital da empresa por accionistas, que, sendo sujeitos de decisão, apresentam objectivos nem sempre coincidentes com a identidade da empresa e com o contexto social que a envolve. Por outro lado, a gestão da empresa é atribuída a trabalhadores assalariados que se encontram sujeitos à volatilidade do mercado de trabalho. Na convergência destes dois aspectos, a acção empresarial pode apresentar uma submissão ao interesse específico dos agentes decisores,

¹³⁴ Habermas. Comentários à Ética do Discurso. P.93.

que deste modo produzirão profundas alterações no tecido social. Este é um modo de agir que exclui a identidade formada simultaneamente pela forma individual como se observa e pela forma como gostaria de ser observado, comum tanto no plano individual como no plano colectivo, na medida em que a identidade não se forma a partir de argumentos, mas sim de decisões concretas assumidas pelos indivíduos.

É hoje uma realidade que a crescente importância da economia na sociedade acentua o papel da empresa na articulação entre a economia e o mundo social. Por isso, a liderança empresarial representa neste contexto o lugar de uma dinâmica de cooperação e responsabilidade onde o autoconhecimento tem de estar presente. Dirigir bem significa tomar boas decisões considerando que a empresa é uma organização com identidade própria, pelo que, gerir é mais do que administrar bem. É pôr em prática o exercício de uma liderança integral na qual esteja conscientemente presente a identidade da empresa e o seu papel social, tanto ao nível da sua actividade concreta, como no que respeita à sua responsabilidade perante a comunidade. Neste sentido, a liderança empresarial deve abandonar a perspectiva técnica e centra-se num pressuposto de liderança comunicacional eticamente responsável.

As diferentes relações a que a empresa se encontra sujeita redefinem o espaço empresarial como um lugar de inovação, cooperação e responsabilidade. São modos distintos de ser que espelham diferentes âmbitos económicos em confronto no plano concorrencial, diversificando a acção empresarial.

Actualmente assiste-se a um debate em torno da ética empresarial que se concretiza na definição de códigos de conduta. Apesar de não ser um fenómeno recente, a sua prática alcança um efeito maior nos nossos dias. Na sua génese, estes códigos de conduta visam a institucionalização de normas que pretendem estabelecer direitos e deveres no interior das organizações empresariais, no âmbito de um processo estrutural de relacionamento com clientes, concorrentes e fornecedores. Desta forma, a empresa procura um sentido de

convergência com a moral, ultrapassando sentimentos passados que definiam universos distintos entre a razão moral e a estratégia empresarial, tornando-os universos inconciliáveis.

A realidade empresarial de hoje procura seguir objectivos, cujo carácter ultrapassa a matéria do lucro, tentando assim alcançar a dignidade da sua vocação social, dando-lhe expressão. Porém, este novo entendimento pode conter uma dimensão perversa, tendo em conta que a pressão concorrencial pode levar a uma dinamização ostensiva da preocupação com os valores, como refere Lipovetsky ao afirmar: “códigos de conduta, auditorias e comissões de ética, comunicação institucional, mecenato, por toda a parte o objectivo visado é, principalmente, bonificar a imagem institucional numa altura em que a empresa deve gerir o seu capital de simpatia como parte integrante do seu capital de marca”,¹³⁵ procurando construir a sua legitimidade através do marketing dos valores. Seguindo esta via, a moral será um novo factor que contribui distintivamente para o sucesso da empresa, contudo, pode apresentar-se também como um projecto instrumental, cujos valores se encontram subordinados a processos de estratégia comercial, tal como deixa antever Lipovetsky ao referir que “a ética já não se identifica com a dádiva generosa de cada um, na era pós-moralista ela é um investimento estratégico e comunicacional ao serviço da imagem de marca e do crescimento a longo prazo.”¹³⁶

A preocupação pela ética no plano empresarial foi, até muito recentemente, considerada como um factor que obstaculizava a eficácia da acção económica. A única missão da empresa seria o lucro e, portanto, qualquer questionamento sobre os fins e a moralidade dos meios seria sempre uma atitude sem espaço no plano empresarial empenhado em alcançar um único benefício: o lucro.

Uma reflexão retrospectiva do passado coloca-nos no presente a seguinte questão: por que motivo a ética surge como elemento central do discurso da gestão e administração empresarial da actualidade? A. Cortina, ao reflectir sobre as características éticas presentes na

¹³⁵ Gilles Lipovetsky. O Crepúsculo do Dever. P. 294.

actuação política que marcam a nossa época, aborda este tema num contexto de relacionamento entre indivíduos e sua evolução, afirmando que “o processo de socialização é parte de um processo de personalização, em que os suspeitos não se instrumentalizam reciprocamente, em que não se consideram mutuamente como meios para os próprios fins, mas como fins em si (...) valiosos”¹³⁷. As consequências irrenunciáveis de autonomia pessoal a que o processo político e económico conduziu parte de humanidade, apresentam-se numa nova abordagem social que transforma o individualismo em autonomia e o colectivismo em solidariedade. Desta forma, surge uma nova atitude social a que a empresa como organização social não pode ficar indiferente. A incorporação da reflexão ética no plano da organização empresarial significa a necessidade emergente de agir segundo novas formas de relacionamento, cujo benefício é entendido como consequência de uma acção centrada no indivíduo. Igualmente centrada no indivíduo, a empresa interage no ambiente social como um poderoso agente de transmissão de valores e, “não sendo o homem unicamente movido pela procura da satisfação do interesse pessoal, é necessário tomar em conta a dimensão moral dos comportamentos e reincorporar na análise científica as noções de benevolência, honestidade, confiança, boa-fé, sem as quais nenhuma vida económica é possível”¹³⁸, afirma Lipovetsky comentando Amitai Etzioni e Albert O. Hirschman.

Perante esta reflexão podem estabelecer-se dois princípios convergentes. Em primeiro lugar, o mundo ocidental encontra-se sitiado em processos de consumo, e a consciencialização deste problema desencadeia múltiplas exigências, quer pela matéria específica em que o consumo se tornou e que leva à necessidade de uma regulamentação no interior do associativismo de produção, protegido pelas entidades políticas de supervisão, quer pela constituição de grupos de pressão representados por diferentes associações exteriores à

¹³⁶ Gilles Lipovetsky. O Crepúsculo do Dever. P.297.

¹³⁷ Porque es imposible convertirse en persona si no e sen el seno de una comunidad, en la que otros nos reconocen como tales y a quienes como tales reconocemos. El proceso de socialización forma parte de un de un proceso de personalización, en que los sujetos no se instrumentalizan recíprocamente, en el que no se consideran mutuamente como medios para los propios fines, sino como fines en sí (...) valiosos. A. Cortina. Por una Ética del Consumo. P.291.

empresa, cujo objectivo se centra na defesa do consumidor, garantindo-lhe direitos. Esta tensão presente na relação entre a empresa e o seu público verifica-se nos actos de consumo que têm lugar no espaço concorrencial, lugar de representação das várias empresas que disputam os mesmos públicos consumidores. Este ambiente percorre várias etapas em simultâneo com planos económicos e políticos, até atingir a diferenciação pela ética, cujos valores incorporados pela gestão surgem como resposta a uma necessidade imposta desde o exterior, definindo a dimensão ética da empresa como um conceito de qualidade na sua total abrangência, estabelecendo uma correlação entre a qualidade da empresa e a qualidade de vida dos seus consumidores.

Podemos retomar, com alguma legitimidade, a ideia de que a ética poderá tornar-se um poderoso auxiliar na moderna economia, e se a sua instrumentalização é uma possibilidade, cabe à filosofia o papel de intervir, definindo e aprofundando um novo carácter empresarial, preservando os valores morais tradicionais cujos ideais possam contribuir para uma afirmação identitária.

As organizações empresariais estruturam-se de acordo com modelos políticos, economicamente dominantes que fazem da empresa um espaço sempre renovado de interacção. Porém, na actualidade, o espaço de interacção da empresa é mais vasto. Já não se trata apenas de responder à acção dos grupos de pressão. As empresas adaptam as suas práticas às várias exigências exteriores, e o respeito pelas normas morais encontra-se no actual discurso empresarial, que observa a preocupação moral como um processo de criação de identidade, abandonando a sua identificação exclusiva com matérias de responsabilidade legal.

Esta nova atitude indicia uma reacção preocupada da liderança empresarial face à inquietação da sociedade perante o futuro. Os argumentos de Lipovetsky quanto à possibilidade de instrumentalização utilitarista da moral por parte da liderança empresarial são

¹³⁸ Gilles Lipovetsky. O Crepúsculo do Dever. Pp. 279-280.

pertinentes e devem ser observados criticamente na prática do dia-a-dia. Contudo, as sociedades actuais necessitam de corrigir heranças do passado que conduziram a humanidade à incerteza da sua própria continuidade. Cabe aos homens determinar valores e finalidades, e neste sentido, a liderança moral das organizações empresariais constrói-se com base na deliberação e decisão acerca desses mesmos valores e finalidades.

Conclusão

O que é então a ética da empresa e em que medida pode liderar o sentido da responsabilidade social?

A empresa, lugar de origem de múltiplos relacionamentos, reflecte as alterações de comportamento dos indivíduos face às instituições tradicionais anteriormente responsáveis pela formação da sua identidade.

A sociedade pós-moderna, ao determinar perda de influência das instituições tradicionais, faz emergir a empresa como centro do movimento social, incluindo-se neste contexto o plano económico. A empresa produz bens, é um difusor de saber e gera empregos, de modo que a forma de actuação das empresas influencia o comportamento dos indivíduos. Esta acção ultrapassa o âmbito directo da actividade empresarial quando o processo de influência atinge o plano das instituições políticas, expandindo a sua orientação à comunidade.

A todos os níveis, as decisões das organizações empresariais interferem com os contextos comunitários. Por isso, importa observar a ética empresarial como um modo de actuação exigido pelo tempo actual e fonte de desenvolvimento futuro, o mesmo é dizer que o carácter, os valores e os ideais morais devem constituir um tema central de reflexão no âmbito da actuação empresarial, sobretudo se se considerar que as organizações empresariais constituem o paradigma das restantes organizações sociais do nosso tempo. Esta nova abordagem tem um sujeito nuclear: o líder empresarial. Sobre ele recai a responsabilidade de uma renovação social que hoje se entende indispensável à recuperação de valores tão esquecidos.

Bibliografia Principal

CORTINA, Adela, *Por una Ética del Consumo*, 3ª ed. Madrid: Santillana Ediciones Generales, Março de 2003. ISBN 84-306-0485-5.

CORTINA, Adela, *Ética de la Empresa*, 7ª ed. Madrid: Editorial Trotta, 2005. ISBN 84-8164-013-1.

CORTINA, Adela, *Ética sin Moral*, 9ª ed. Madrid: Editorial Tecnos, 2010. ISBN 978-84-309-5156-7.

APEL, Karl-Otto, *Ética e Responsabilidade: o problema da passagem para a moral pós-convencional*, trad. Jorge Telles Menezes, Lisboa: Instituto Piaget, 2007. ISBN 978-972-771-906-8.

HABERMAS, Jurgen, *Comentários à Ética do Discurso*, Trad. Gilda Lopes Encarnação, Lisboa: Instituto Piaget, 1999. ISBN 972-771-233-9.

HABERMAS, Jurgen, *Técnica e Ciência como “ideologia”*, Trad. Artur Morão, Lisboa: Edições 70, 1994. ISBN 978-972-44-1335-8.

HABERMAS, Jurgen, *Racionalidade e Comunicação*, Trad. Paulo Rodrigues, Lisboa: Edições 70. ISBN 972-44-1078-1.

LYOTARD, Jean-François, *La Condition Postmoderne*, Paris: Les Editions de Minuit, 2010. ISBN 978-2-7073-0276-2.

LENOIR, Frederic, *Le temps de la Responsabilité*, Paris: Arthème Fayard, 1990. ISBN 2-213-02649-1.

Bibliografia Secundária

Aristóteles, *Ética a Nicómaco*, trad. A. Caeiro, 4ª ed. Lisboa: Quetzal, 2012. ISBN 978-972-564-803-2.

Beckert, Cristina, *Ética*, Lisboa: Centro de Filosofia da Universidade de Lisboa, 2012. ISBN 978-989-8553-10-2.

Baudrillard, Jean, *A Sociedade de Consumo*, trad. Artur Morão, Lisboa: Edições 70, 1991. ISBN 972-44-0776-4.

Bauman, Zygmunt, *A Vida Fragmentada: ensaios sobre a moral pós-moderna*, trad. Miguel Serras Pereira, Lisboa: Relógio D'Água Editores, 2007. ISBN 978-972-708-932-1

Castells, Manuel, *A Sociedade em Rede*, trad. Alexandra Lemos, Catarina Lorga e Tânia Soares, coord. José M.P. Oliveira e Gustavo L. Cardoso, Serviço de Educação e Bolsas, Fundação Calouste Gulbenkian, 3ª ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2007. ISBN 978-972-31-0984-9

Drucker, Peter F., *Sociedade Pós-capitalista*, trad. Maria Fernanda Jesuíno, Lisboa: Difusão Cultural, 1993. ISBN 972-709-175-X.

Habermas, Jurgen, *Direito e Moral*, trad. Sandra Lippert, Lisboa: Instituto Piaget 1999. ISBN 972-771-201-0.

Marx, Karl, *O Capital*. Tomo I, trad. José Barata-Moura, João P. Gomes, Pedro F. Leal, Manuel Loureiro e Ana Portela, Lisboa: Edições Progresso, 1990.

Lipovetsky, Gilles, *O Crepúsculo do Dever: a ética indolor dos novos tempos democráticos*, trad. Fátima Gaspar e Carlos Gaspar, 4ª ed. Alfragide: Publicações Dom Quixote 2010. ISBN 978-972-20-4068-6.

Serrão, Adriana Veríssimo, *Filosofia da Paisagem: uma antologia*, Lisboa: Centro de Filosofia da Universidade de Lisboa, 2011. ISBN 978-972-8531-96-6.